

## *Priceless or worthless?*

*A qualitative research on how price estimates are  
determined in the secondary art market*



Manou Lourens

319142

[manoulourens@gmail.com](mailto:manoulourens@gmail.com)

Erasmus University Rotterdam

Faculty of History, Culture and Communication

Cultural Economics and Entrepreneurship

Supervisor: Dr. C. Rasterhoff

Second reader: Prof. dr. A. Klamer

19-07-2013

## **Abstract**

Many researchers state that the art market is divided into the primary and the secondary art market. In these markets, art dealers and auction houses have the biggest market share and therefore it is accepted that they have a big influence on the price determination process of artworks. The last decade, the internet and social media have changed the traditional art market and made it more transparent. However, art specialists still play an important role when it comes to the price determination of works of art. These experts use their expertise and experience to determine the quality of an artwork objectively. In this research, the role of art specialists working at auction houses is examined. The aim of this inquiry is to find out how these art critics determines the price estimates of a painting. Therefore, the pricing process that leads to the estimated prices is examined by doing in-depth interviews with experts working at different auction houses, operating in the Netherlands. Although, the data that was collected led to a solid answer to the main question, there are many aspects left for further research.

Keywords: art markets, art specialists, auction houses, price estimates, price determinants, pricing process, paintings

## **Preface**

This master thesis could not have been completed without the support I received from different people, while writing my final academic research. Therefore, I would like to thank everyone that was there for me during this process. First, I would like to thank my supervisor Claartje Rasterhoff for her expertise and dedication. I also would like to thank all my interviewees for their time and the interesting conversations. In addition, I would like to thank my fellow students Christina Giannelia and Eugenijus Kaminskis for their suggestions and advice, during the first proposal sessions. In the time I was busy writing my thesis I moved from Rotterdam to Amsterdam. This was definitely an exciting, but also sometimes difficult period and therefore I would like to thank my former and current roommates for their encouraging talks and understanding. I especially would like to thank Dani Sprecher and Annelot Prins for their comforting words and support, while they were busy writing their own thesis. Also the expertise of Hugo Roosjen was important to finish this thesis. Last but not least, I would like to thank my parents and my sister for always believing in me. Thanks everyone, I did it!

## **Table of contents**

### **1. Introduction**

1.1 Topic	p.1
1.2 Structure	p.3
1.3 Research questions	p.4
1.4 Definitions	p.4

### **2. The art market**

2.1 Introduction	p.6
2.2 Market structure	p.7
2.3 Digitalization in the art market	p.10
2.4 Intermediaries	p.13
2.4.1 Art specialists	p.13
2.4.2 Art dealers	p.18
2.4.3 Art auctions	p.21
2.4.4 Competition in the art market	p.25

### **3. Determinants of art prices**

3.1 Introduction	p.28
3.2 Artist related factors	p.29
3.2.1 Role within history and artistic movement	p.29
3.2.2 Style	p.29
3.2.3 Reputation and oeuvre	p.30
3.2.4 Signature	p.30
3.2.5 Achievements and past selling prices	p.30
3.2.6 Mediums	p.31
3.2.7 Age and gender	p.31
3.2.8 Nationality	p.31
3.3 Artwork related factors	
3.3.1 Authenticity	p.32
3.3.2 Provenance	p.32
3.3.3 Artistic quality	p.32
3.3.4 Subject	p.32

3.3.5 Size	p.33
3.3.6 Technique	p.33
3.3.7 Condition	p.33
3.3.8 Time of creation	p.34
3.4 Market related factors	
3.4.1 Rarity	p.34
3.4.2 Institutions	p.34
3.4.3 Buyers	p.35
3.4.4 Sellers	p.35
3.4.5 Specialists	p.35
3.5 Macro level factors	
3.5.1 Economic situation	p.36
3.5.2 Media	p.36
3.5.3 Digitalization	p.37
3.5.4 Taste	p.37
3.6 Pricing scripts	p.37
3.7 Hypotheses	p.40
<b>4. Empirical research</b>	
4.1 Introduction	p.43
4.2 Method	p.43
4.2.1 Qualitative research	p.43
4.2.2 Qualitative interviews	p.44
4.2.3 Questions	p.45
4.3 Collection of data	p.45
4.3.1 Auction houses in the Netherlands	p.45
4.3.2 Specialists	p.46
4.3.3 Interviews	p.47
4.4 Quality and limitations of the research	p.47
4.5 Data analysis	p.48
4.5.1 Selection process	p.49
4.5.2 Pricing process	p.50
4.5.3 Price determinants	p.53
4.5.4 Difficulties	p.56

4.5.5 Career	p.61
4.6 Conclusion empirical research	p.63
<b>5. Conclusion</b>	
5.1 General conclusion	p.67
5.2 Recommendations for future research	p.67
<b>Literature list</b>	p.69
<b>Appendices</b>	
Appendix A	p.75
Appendix B	p.76
Appendix C	p.77
Appendix D	p.78
Appendix E	p.80

## 1. Introduction

### 1.1 Topic

Every once in a while, the media shocks us with reports about people who instantly become multimillionaires after auctioning an unique work of art. Last month, the Dutch newspaper *NRC* stated that a woman sold a painting that was made by the Russian avant-garde painter Ilja Masjkov. This still life had was auctioned at Christie's in London for the record price of 4.8 million pounds, which is almost 5.6 million euro. The woman had bought the work for several thousand guilders, back in 1976 . In 2005, another painting of Ilja Masjkov was auctioned for only a thousand euro at a deposit auction. Titus Eliëns, the specialist who was responsible for the valuation of the artwork, stated that the painting had “no quality” and he also presented it as a work of the unknown I. Mackoff. However, at the viewing some Russian visitors did recognize the quality of the painting and it was eventually sold for 3.3 million euro. Eliëns responded that this was due to the fact that the price had been established in the heat of the moment, when the Russian bidders started to outbid each other (Ribbens, 2013).

The anecdote mentioned above has everything to do with the complex field that will be explored in this thesis. A question that really interested me was: how is the value of an artwork determined in the art market? By stating this question, I immediately came up with questions that had to do with the different values of an artwork. A work of art can have aesthetic or symbolic values, which are hard to measure; or monetary values, which are expressed in the price that is paid for a work of art. In this thesis, I will concentrate on the many factors that have an influence on the determination of the price estimates of paintings in the secondary art market. A better understanding of the process that leads to the determination of estimated prices of paintings, will be constructed by doing semi-structured interviews with specialists, working at different auction houses, operating in the Netherlands. The answers these experts give to questions about the pricing process they go through will be compared. This will lead to a better understanding of the determination of price estimates stated in the pre-auction catalogues. This research focuses on auction houses, because these organizations have the largest market share when it comes to selling artworks in the secondary art market. Global sales through auction houses accounted for 48% of the art market in 2012 (Mc Andrew, 2012).

In cultural economics literature several researchers have presented methods on how the price determination process of a work of art is performed. Especially the inquiries of Velthuis (2002, 2005) have changed the way how people look at the pricing process in the primary art market. By relying on his interview data, Velthuis (2002, 2005) was one of the first to analyze the pricing process in qualitative detail. Although this thesis concentrates on the pricing process of specialists in the secondary art market, the method of Velthuis (2002, 2005) will be used as the basis for my research in the secondary art market. This method presents a lot of information on how the decision-making process works and therefore it will be useful. The determinants that have an influence on the price estimates, will now be explained a little bit further on the basis of an example of Velthuis (2002). Velthuis (2002) states that there is a strong correlation between the size of an artwork and its price. He also argues that the age of the artist, the technique that is used, the rarity of an artwork, the number of works that are sold and various other factors have an influence on the price (Velthuis, 2002).

Now a short introduction to the discussions that are present in the art market about the determination of art prices and price estimates that exist, will be presented. In addition, the issues about price differences will be examined. Velthuis (2002) argues that neoclassical economic theory predicts that individual dealers set prices on a fully informed, isolated, case by case basis. Velthuis (2002) disagrees and argues that art dealers make pricing decisions on the basis of what he calls 'pricing scripts'. He defines these scripts as 'a set of routines which function as a cognitive manual for the variety of pricing decisions that a dealer needs to make in different stages of an artist's career' (Velthuis, 2002, p.52).

The most obvious economic explanation for price differences in the art market is that artworks are unique goods in contrast to standardized, homogeneous goods. This means that only in a perfectly competitive market where homogeneous goods are traded, all price differences will be leveled out (Velthuis, 2005). Frey and Pommerehne (1989) state that it does not matter that an area is multifaceted and complex, but it is important to observe behavioral regularities among the people acting in the cultural field. Whenever these regularities are discovered, the supply and demand for art can be explained (Frey & Pommerehne, 1989). Velthuis (2002) also emphasizes the role that people play within the art market, he mentions that it is important to question 'how entrepreneurs identify and implement supply and demand factors, and how they subsequently translate them into prices and price adjustments. Finding the right price for an artwork is, in other words, an art in itself' (Velthuis, 2002, p.55).



To come back to the example I started this introduction with, even art specialists are not always right when it comes to the determination of estimates of a piece of art. Different factors have an influence on the pricing process and because some factors are harder to measure than others, the pricing process of art is a difficult affair. As mentioned before, the aim of this thesis is to present a better insight in the process that specialists, working at auction houses, run through when they determine the estimated prices of paintings sold at auction. In addition, I would like to find out if these specialists use the ‘pricing scripts’ introduced by Velthuis (2002, 2005) and if there are differences in the decision-making process between experts working at different auction houses. However, it is important to keep in mind that these specialists do not determine the price of a work of art, they rather give estimates which indicate the range of prices they believe the work will sell in. Therefore, it is important to take into account that when I talk about price determinants, I also mean the determinants that have an influence on the estimated prices set by the art specialists. In addition, when I talk about the pricing process, I mean the estimate setting process.

## 1.2 Structure

Before the determinants that have an influence on the price of an artwork will be presented, it is important to have a better understanding of the complex situation that actors in the art market have to deal with. Therefore, chapter two will start with an introduction about the art market and the changes that have occurred because of the internet and social media. Chapter two will further discuss the role of art experts, the differences between the two main institutions active in the art market and the competition between these two institutions.

Chapter three will concentrate on the different price determinants that have an influence on the price estimates and realized prices of a piece of art sold at auction. These factors will be clustered into four categories: artist-, artwork-, market- and macro level factors. In addition, the pricing scripts introduced by Velthuis (2002, 2005) will be examined. At the end of chapter three my hypotheses will be presented.

Chapter four will explain the methods that are used to take a closer look at the pricing process that art experts, working at auction houses, run through in determining the estimated prices of a painting. In this research, I was able to conduct interviews with ten art specialists, working at different auction houses, operating in the Netherlands. Therefore, I have developed a better understanding of how these organizations work. Not only have the strategies they use become more clear, also the process they go through is more clear now. Through this method,

the empirical research confirms and adds some new insights to the research that was already done in this field.

In chapter five, I will combine the literature review and the data that I gathered to come up with a sound conclusion. Finishing with recommendations for further research.

### 1.3 Research questions

The aim of this thesis is to find a concrete answer to the following main question:

*How do specialists working at auction houses determine the price estimates of paintings?*

The literature review will provide me with information about previous research, however, to come up with a sound explanation on how specialists working at auction houses determine the estimated prices for paintings, empirical research is required. Therefore, I have set up the following sub-questions, that are translated into different interview questions:

- 1. Do specialists working at auction houses use pricing scripts when they determine the price estimates of paintings?*
- 2. Do experts pay attention to different price determinants when they determine the price estimates of paintings?*
- 3. Do specialists pay attention to different price determinants when they determine the price estimates of Old Master paintings and Contemporary paintings?*
- 4. Which factor has the most influence on the price estimates of paintings according to the specialists?*
- 5. Does the taste of experts has an influence on the price estimates of paintings?*
- 6. How is it possible that hammer prices are not always in line with the price estimates stated by art specialists?*

### 1.4 Definitions

In this research several terms will be used which can be interpreted in a slightly different way. In order to make sure that every definition is clear they will be addressed shortly. The words art world, cultural field, the arts and market will be used to refer to the primary and secondary art market. The words artwork, work of art, piece of art, item and object will be used to refer to a painting. The words artist and creator will be used to refer to the painter. The words expert, critic, valuator, estimator, connoisseur and intermediary will be used to refer to the art

specialist. However, intermediaries have two meanings in this research, because intermediaries will also be used to refer to the institutions that are active in the art market. In addition, the word gatekeepers will also be used to refer to these intermediaries. The words quality, value and estimates will all refer to the price estimates in this thesis.

## 2. The art market

### 2.1 Introduction

Art objects are characterized by a set of attributes that distinguish them from other goods. The number of determinants of artistic creation, distribution and consumption is much larger, and the relationship between them is far more complex. Paintings are considered art and not much discussion comes up when people need to define this art form. However, it is not actually possible to define art in abstract terms. Because what is art, is socially defined and therefore subject to much debate (Alexander, 2003). It is obvious that anyone can take a brush and paint a picture. Although this person might consider his painting as art, not everyone will agree. Therefore, this introduction concentrates on what is considered art. In section 2.2 the structure of the art market is examined. The definition of art in general is not directly connected to my research, that concentrates on paintings and how specialists, working at auction houses, determine the price estimates of these works. However, I believe it is important to have had a glimpse at the complex nature of art, to better understand the problems and discussions that arise in this unique field. Digitalization has also had an impact on the transparency of the traditional art market and these changes are discussed in section 2.3 of this chapter. In addition, section 2.4 examines the role of art specialists and the way art dealers and art auctions work. The competition between art dealers and auction houses in the art market is also discussed.

Why is ballet art but World Federation Wrestling is not? (Alexander, 2003). They both wear attractive costumes, they both perform athletic stunts that require training and both their shows take place at stage. It is said that art is not sport, but then another question can be posed as to why the World Federation Wrestling is considered sport. Family photo albums are not considered art, even when the pictures are carefully composed and presented in books. According to some, family photo albums are too private to be called art. Nevertheless, most people think that the private albums of photographer Ansel Adam's are art. Also other photographers have created family photos, which have been exhibited in museums and therefore they are called art. If people already think of the creator as an artist, or if they see a work in a museum, they tend to call it art. This indicates the importance of the context (Alexander, 2003).

Given these kinds of discussions, it is understandable that economists do not feel proficient enough to make firm statements about what is art. The subject matter can be

debated in every possible way (Abbing, 2002). Also the boundaries of art have changed and therefore the definition of what is art needs to be adapted every few years. According to Becker (1982) and Abbing (2002), art is what people call art. Assuming that no one can define art formally and abstractly, there are, nevertheless, some elements that characterize most art forms:

- There is an artistic product. This can be tangible, visible, and/or audible. A physical object like a book or a CD can be an artistic product but it can also be a performance, like a play or a concert.
- It communicates publicly. All art is communication and therefore it needs to exist, it must be seen, heard, touched, or experienced by an audience. This can happen in public or private settings. However, not all communication is art.
- It is experienced for enjoyment. The word enjoyment can take different forms. Art might be consumed for aesthetic pleasure, for mental stimulation, for fun and sociability or for escape. Sometimes people are exposed to art because ‘it is good for them’. In a school trip to a museum for example.
- Art is an expressive form. Art can relate to real life, but it normally presents a fiction or an interpretation. Sometimes art claims to tell the truth, but when this is taken too literally it moves into the direction of documentaries, non-fiction or news.
- Art is defined by its context. This can be both physical and social. An art object that is exposed in a museum or a dance that is performed in a theater is called art. But this strange object or dance may be misunderstood in another setting. When different social groups look at the same expressive product they may disagree whether it is art or not (Alexander, 2003).

Many more examples about the definition of art can be described, but the main conclusion that can be drawn from the above, is that art is something that is made by an artist, that generates or displays thoughts or feelings, and that it must be shown to an audience. The context in which a work of art is presented is also important, because something might be art in a particular situation, while it is mistaken in the other.

## 2.2 Market structure

The line between art and non-art is not always clear and therefore it is also hard to define the exact outlines of the art market. Before the structure of this unique market is examined, the

difference between the art market and the art world is addressed shortly. In his book *Art Worlds*, Howard Becker (1982) argues that artworks are not the creation of isolated individuals, but that art should be viewed as a collective activity between different artists, suppliers of materials, art distributors, critics and audiences. Together these actors make up the art world (Becker, 1982). Here, Becker emphasizes that art works are shaped by a complete system that produces them, and not just by the people we think of as artists. Howard Becker (1982) also states that there are large and small art worlds. An example of a large art world is the field surrounding Hollywood movies, and a smaller art world can for example be an experimental theater group (Becker, 1982). According to Joy and Sherry (2003) the art market consist of art dealers, art galleries and auction houses, while in the art world artists, art critics, historians and curators are active. This description is less comprehensive than the way Becker (1982) explains the art world. However, this leads to the conclusion that the art market and the art world are highly interconnected. To be more specific, the art market is shaped by cultural institutions, while the art world is multidimensional. However, the distinction between the art market and the art world will remain difficult to explain, because both terms are used interchangeably in de cultural economics literature.

The art market consists of many segments that are closely linked to each other. However, the most important distinction can be made between the primary- and the secondary art market. In the primary market, contemporary artists sells their artworks to galleries, local art fairs, collective exhibitions, small dealers and individual buyers (Campos&Barbosa, 2008). Here, artworks are sold to an audience for the first time and therefore economic value is radically uncertain. At this level, art experts often do not agree about the value of a work of art, because uniform standards of value are lacking and the careers of artists are frequently unstable. In addition, Gerard-Varet (1995) states that a limited number of buyers and money are involved in the primary market, because of the high degree of uncertainty regarding the quality of an artwork. Art galleries have the biggest market share in the primary market and they are often located away from commercial places. However, in Amsterdam and New York they have clustered in streets, neighborhoods or even in buildings (Velthuis, 2005).

In the secondary or resale market, established artists, art dealers, collectors, valuers, art investors, auction houses and museums are active. Usually these cultural organizations are located in major cities like New York, London, Paris and Tokyo (Campos&Barbosa, 2008). Works from deceased artists are mainly traded in the secondary art market. Gerard-Varet (1995) states that because many of these artists have an established reputation, a high number of potential buyers is active in this market segment. In addition, he argues that these buyers

are willing to pay more than in the primary art market because in the resale market there is more information available. In the secondary art market, auction houses are the dominant players. The auction circuit serves a commercial end while it does not seek to establish the reputation of an artist, like galleries do in the primary art market. The main goal of auction houses and other institutions that are active in the secondary market, is to make the pricing process smoother and more efficient (Pardo-Guerra, 2011). The main auction houses Christie's and Sotheby's have ensured their position at the upper end of this market. Apart from the auction houses, the secondary art market involves art dealers who either sell artworks or buy works to make a profit out of them. Throughout the twentieth century, consumers that bought art at auction were mainly art dealers. The last decade this has changed, because individual clients also began to buy at auctions (Velthuis, 2011).

Although most researchers divide the art market into two segments, it is noteworthy to mention that some researchers divide the art market into three interrelated sub-markets. Singer and Lynch (1994) argue that in the primary art market, artists sell their art to collectors and dealers, and in the secondary art market, art dealers sell artworks to collectors. The tertiary or auction market, concentrates on works of fine and decorative art, previously owned by collectors, dealers and museums. This third market sphere, deals in old and new artworks which have passed through the secondary art dealer market filter and have gained access to major auction houses. In addition, artworks that are sold in the tertiary market fetch higher prices than artworks in the secondary art market (Singer&Lynch, 1994).

There are many intermediaries operating in both the primary and secondary art market. In the past as well as today, these experts have been applauded because they know how to determine the artistic, social and financial value of a piece of art. These specialists also play an important role both in influencing taste and in providing expertise and evaluation (Shubik, 2003). The need for gatekeepers is necessary, because it is widely believed that it is quasi-impossible to determine the quality and value of an artwork objectively (Arora&Vermeulen, 2012). However, these specialists play different roles within the primary and secondary art market. In the primary market, they seem to have a more multifunctional character, because they need to satisfy the artists, potential buyers and themselves while stating realistic prices for works of art. The role of the intermediary in the secondary market, exists for the largest part of mediating between buyer and seller. Although the primary and the secondary art market are seen as two different segments, also many interactions occur. For artworks that are made by a small group of living artists, both markets can be attractive (Velthuis, 2011). Every year, almost 3.000 artists have their first artworks sold at auction. This first sale in the

secondary art market is important, because most galleries find it less easy to support their artists if they have not yet appeared in the public auction arena. Also when an artist is successful in the auction market, his sales in the primary art market will increase (Artprice, 2008). A different interaction has to do with the pricing process in both markets. Galleries often adjust their prices to estimates that are mentioned in auction catalogues, while auction houses also deduct their price estimates by looking at gallery prices (Velthuis, 2011).

It can be concluded that the art market is a complex field, because it exists of two market segments that are highly interconnected. The intermediaries that are active in these fields are appreciated because they are able to solve value-related issues objectively. Before the role of art experts, art dealers and auctions houses is explained in further detail in section 2.4, the next section focuses on the changes that have occurred in the art market over the last years.

### 2.3 Digitalization in the art market

The last decade, technological innovations have continuously produced new media- and distributions channels and reduced the costs of established ones. Technologies spread around the world in no time and affected the production of cultural products national and international (Acheson, 2003). These developments were heavily influenced by the economic and social situation in which they took place, which means that some will remain while others are about to be challenged.

The number of people with access to the internet and mobile networks has increased, and the scope of networks is expanding beyond developed countries. The estimated global population using the internet was 1.97 billion in June 2010 (Pool&Le-Phat Ho, 2011). This has changed the infrastructure of the art market dramatically, in the way that it is accessible to both buyers and sellers. The internet has also increased the transparency of the market, because nearly all dealers and auction houses have a website, and therefore information is accessible for a wider audience through digital and mainstream media. From a positive point of view, the internet allows greater international access and communication within the art market. This enables dealers and auctioneers to search for artworks and potential buyers from locations all over the world. In her research about developments that changed the art market, Mc Andrew (2012) conducted sixty interviews with art dealers, art specialists, private- and institutional collectors. These experts mentioned that they regularly bought artworks online, mainly if they knew the seller already, or when they could get access to a good condition



report. The internet also reduced the need to travel to galleries and auctions, because catalogues and other marketing materials are made accessible online. However, e-commerce is still not a common phenomena in the art market with less than 10% of sales online, compared to the trade as a whole. Online bidding has been successful for several auction houses, although it only covers 5% on average. For art dealers the online sale is somewhat higher, but still only 10% of their total sales in 2011 (Mc Andrew, 2012). The main reason art dealers and auctioneers give for this resistance to online sales, was that the nature of buying and selling art and antiques asked for advice, expertise and subjective decision-making. These decisions were all based on discussion and contact, in contrast to the more anonymous and less personal online sales. Another issue with online sales is that there is no guarantee that a work of art is authentic. Potential buyers are also in need of further information about the condition, attribution and quality. Therefore, all the interviewees stated that personal contract was still important and it was highly valued (Mc Andrew, 2012). In addition, some dealers stated that they rather worked with a small number of clients, because this made the work being sold more exceptional, and therefore these dealers did not want to reveal it to an online global audience.

It is clear that the art market has changed because of the internet, however another development occurred in the creation of social media, where Facebook, Twitter and Youtube are the ongoing phenomena in the Web 2.0 world (Pool&Le-Phat Ho, 2011). Social media have an impact on the arts from at least three different perspectives. First, cultural organizations and artists find it easier to connect with their audiences. Current research suggests that social media provide important tools, especially for artists to reach their audiences. Networking sites like Facebook and Twitter are able to match and stimulate people with similar interests. The second perspective states that social media provides a platform to create art and to engage in discussion with people of the same interest (Pool&Le-Phat Ho, 2011). Also Arora and Vermeylen (2012) argue that cultural organizations need to recognize their differentiated audiences to be able to engage them in ways that are corresponding with their interests, values and tastes. The third perspective concentrates on the belief that social media can be used as a tool to send out messages and gather feedback from stakeholders and audiences. In addition, social media can help an organization to control their reputation, raise awareness and enlarge distribution and visibility (Pool&Le-Phat Ho, 2011).

The wider distribution of sales data through the internet has increased the transparency of the art market. Nowadays, there are over ten functioning art price databases for auction data and auction houses are also directly publishing more sales results online. This gives

potential buyers the opportunity to look at past price levels and other relevant information. The increased availability of sales data has been an advantage for buyers, but it has made margins tighter for dealers, as information on past prices is accessible to the whole world (Mc Andrew, 2012). Many dealers and art experts stated that the increased availability via the internet and digital media had supported the public's awareness and appreciation of art. The art market had become more democratic and open to all, rather than remaining the exclusive domain that was dominated by art connoisseurs. However, some specialists also highlighted the negative effects of increased transparency in the art market. Many dealers argued that the position of those who offer true value and expertise, had been strengthened in a more transparent market place. While the wider availability of information about auction sales has lead to problems of paintings being 'burned' at auction. This means that an object had either failed to sell at auction or is already on the market for a long period of time (Mc Andrew, 2012). Nowadays, potential buyers have access to previous sales information and therefore they can easily be put off from buying a good artwork, that had not been sold in a previous sale. This also raises a problem for art buyers who want to resell their artwork within a shorter time period, as the art market prefers fresh-to-market works. Although potential buyers have more information than ever before, several collectors stated that they missed the expertise of dealers and auctioneers. In addition, they argued that the information that is accessible through the internet still requires interpretation on features such as condition, the context of a sale and commissions. Therefore, the internet had not necessarily increased expertise, but more dangerously, it has spread false knowledge. Most of the interviewees therefore argued that the increased availability of online information has lead to the need for specialists in the art market (Mc Andrew, 2012).

It can be concluded that the internet and social media have had a huge impact on the infrastructure of the traditional art market. The market has become more transparent and sales and auction data are available to a wider public. Also art catalogues and other marketing materials are now available online, and this has reduced the need to travel to galleries and auction houses. However, this increased transparency has also led to some negative changes. The wider availability of information on data has strengthened the position of potential buyers, because they now know when an artwork is bought and what kind of paintings are popular. Therefore, some artworks do not sell at auctions anymore. Robinson and Halle (2002) state that despite the different atmosphere, the online art market is still a good reflection of the traditional art market. The offline art market still exists and the new opportunities that e-commerce offers merely serve as a complement. According to some

researchers these technological innovations have challenged the role of the art specialist, which is examined in more detail in the next section of this thesis.

## 2.4 Intermediaries

### 2.4.1 Art specialists

For centuries, experts claimed an important role in the art world because their knowledge was necessary to overcome information asymmetries. Art theorists, art dealers, art specialists and museum curators are believed to have the acquired expertise through lifelong learning and experience, to make a trustworthy decision about what is called ‘good’ and ‘bad’ art. Also art critics and historians have the knowledge to make a statement about what is quality art. Art experts and other gatekeepers perform in different functions throughout the art market. These people have the power to lower search and transactions costs, add value through their knowledge and have the ability to generate network effects, whereby the value of a good rises with the increase of users. Furthermore, these experts know how to reduce information asymmetries by mediating and stimulating expertise construction among the different actors in the art world (Arora&Vermeyleylen, 2012).

According to Velthuis (2005) there is no doubt that art dealers, critics and gallery owners have played an important role in the art markets in Western society for both artists and consumers. In the past as well as today, art experts are able to determine the value of an artwork objectively and therefore intermediaries or gatekeepers are necessary in the art market. Cultural organizations have conventionally had high entry barriers, because expertise, insider networks and capital were seen as important factors. However, the internet has lowered these barriers and especially social media has opened doors for new voices in the art valuation process. Digitalization changed the art market structure and Arora and Vermeyleylen (2012) question whether conventional art experts are under threat with the rise of amateurs in the digital art world. These researchers want to come up with a better understanding of experts and amateurs in the contemporary art sphere by exploring the role of experts and expertise. Arora and Vermeyleylen (2012) state that it is tempting to believe that mass opinion is important, however we may not forget that art experts have dominated the elite sphere for centuries. In addition, they argue that in this chaotic environment, wherein million different preferences and desires are expressed, the need for credible experts in the art world might

therefore increase. Also Joy and Sherry (2003) state that new technologies have had an impact on all spheres of life, but this does not have to destroy or undermine the role of art experts in society.

The characteristics that define expertise, and the practices an art expert deals with, need to be examined first, before a clear distinction can be made between an art critic and an amateur. In his research, Stern (2002) makes a distinction between the *épicier*, the critic and the *connoisseur*. Amateurs who are not *connoisseurs* are called '*épiciers*'. He gives an example about visitors that go to an art museum. After looking at a painting of Mondrian or Pollock these amateurs say that their ten year old child also could have made the painting. Stern (2002) states that only an *épicier* could say this about a painting exhibited in an museum, while *connoisseurs* or professionals could only answer: "Let them try it, and see whether they succeed" (Stern, 2002, p.313). Another example that separates the *connoisseur* from the *épicier*, is that the *connoisseur* is expected to have a critical judgment why he finds an artwork a success or a failure. The *connoisseur* can look at a Mondrian found in a private collection and argue it is a bad painting, while the *épicier* cannot make this distinction. The history of criticism shows us that every professional critic can turn into an amateur, when he is confronted with an artwork in a style that does not fit his field of expertise (Stern, 2002). A specialist in nineteenth century French watercolors, would therefore be capable of making a more reliable claim on a nineteenth century Italian watercolor painting, than on a thirteenth century Mayan ceremonial vase (Pardo-Guerra, 2011). It is also important to understand that before learning about art everyone is an *épicier* and afterwards only some become *connoisseurs* or professional critics in a particular field. In addition, Stern argues that *connoisseurs*, art critics and *épiciers* all want to believe that they speak with a universal voice. However, only a few are selected to become a *connoisseur*, while some will only convince themselves or their friends that they are professionals (Stern, 2002).

Shanteau, Weiss, Thomas and Pounds (2002) mention different characteristics that can be applied to the arts, to illustrate who are perceived as an expert nowadays. The first characteristic these researchers mention is experience. The number of years of job-relevant experience is used as a substitute for expertise. Critics with many years of experience are often called experts, while others with little experience are classified novices. This seems a convincing approach, because no one can function as an expert if they are totally unqualified. In the arts, experience is a sign of expertise that can be attributed to art *connoisseurs* and dealers, since they have trained their eye by looking at countless works of art (Arora&Vermeulen, 2012). In addition, Shanteau et al. (2002) mention that people often

receive a form of accreditation to show their skill. It is usually safe to say that someone who is certified is more likely to be an expert, than someone who has no title. Arora and Vermeyleen (2012) apply this to the art world by stating that art historians with a doctorate have greater credibility, than someone who likes art but has no degree. The third feature concentrates on the identification of experts by people working in the same field. This means that when professionals agree on the identification of an individual to be an expert, that person is labeled by 'social acclamation'. However, a shortcoming of this method can be that the most popular person is seen as an expert, while the professional who is not that well known, but who is actually the best, is left out (Shanteau et al., 2002). Arora and Vermeyleen (2012) combine the characteristics consistency, consensus, discrimination ability, behavior and knowledge tests mentioned by Shanteau et al. (2002) and give an example that is applied to the field of fine arts. The judgment of an expert should be internally consistent, especially when the authenticity of a painting needs to be determined. If most experts agree that a particular painting is a genuine Rubens, the art community and its buyers will tend to follow this judgment. The true art connoisseur makes decisions based on his ability to discriminate on specific and non-specific differences, with an artistic oeuvre. An art expert is able to read the brushstrokes, to make a distinction in style and is able to sort out the meaning of a painting. Therefore, knowledge can be linked with expertise. Someone who knows nothing about a certain domain will be unable to make relevant decisions. These characteristics distinguish the art expert from the non-expert (Arora&Vermeyleen, 2012). Arora and Vermeyleen (2012) also add institutional linkages to the list of characteristics presented above. They state that an art historian who teaches at a highly regarded university, a curator who works for a renowned art museum or a valuator from an international auction, provides trust because of their professional setting.

In *Van Antiquair tot Kunsthandelaar*, art dealer Nijstad (2004) tells a story in which most of the characteristics mentioned by Shanteau et al. (2002) are put into practice. This anecdote can also be linked to the decision-making process that is used by experts to determine the value of an artwork, which will be discussed at the end of chapter three of this thesis. In 1979, Christie's in London held an auction and in the days preceding the auction, Nijstad went to the viewing, in which artworks from the upcoming sales are displayed. The process he goes through when he visits a viewing is described. First, Saam Nijstad walks around to get a first impression of the artworks, which he mentions is essential for the rest of the process. In different rooms the paintings hang near to each other. In one room hundred fifty to three hundred paintings can be exposed, and Nijstad states that in half an hour he has

seen all of them. However, this does not mean that he examined them all, because that is something different, he argues. He mentions that everything is a matter of training and this takes years (Nijstad, 2004). In the thirty minutes that Nijstad walks around, he automatically divides the auction in paintings that are too expensive to buy, paintings from other countries which he cannot sell, or paintings that are worthless. He argues that these paintings are not truly worthless, but according to Saam Nijstad they are not good enough for his business. Eventually, he says that there are twenty paintings worth examining, and afterward's ten paintings will remain interesting, because the others are too much restored or in a bad condition. At this point, he mentions that knowledge becomes important. He also states that when he has doubts about placing a bid, it is helpful when a painting is signed, or when he knows the time of creation. Although, when this information is missing, he still might be interested, but only when he is sure that the painting is authentic. He points out that the most important part of his system is that he is going to look for something he does not trust (Nijstad, 2004). At the auction, he eventually found one painting he liked because it was in a good preserved state, which means that it was not restored. Saam Nijstad argues that everything about the painting was perfect, but he still noticed something strange. He says that in the painting a horse and his rider were depicted, but the horse was too white and the jacket of the rider was too red. Nijstad mentions that the rider and its horse were not painted in the seventeenth century, but in the nineteenth century. This is called craftsmanship, because of his knowledge, he knows that the way the horse and the horseman were painted, did not fit the seventeenth century style. However, his gut feeling told him he needed to buy the painting, because a restorer could easily remove the paint that was applied later on. Nijstad argues that it also could be that he was wrong, and that there would only be a landscape underneath the paint and that the artists did not had any meaning when he created the painting. Saam Nijstad mentions that when the restorer removed the paint, he noticed that the leafs were also painted in a later period in time, and therefore he removed this paint also. Eventually, Saam Nijstad tells that the painting got a completely different meaning when all paint was removed and also the signature and date of creation became visible. He mentions that it turned out to be an interesting painting, which could be sold for much more money than he had bought it for (Nijstad, 2004).

The success of Nijstad (2004) confirms that special features can be attributed to art experts. However, the characteristics mentioned by Shanteau et al. (2002) also highlighted some difficulties in identifying a true art expert. Sometimes experience only has to do with age and an art history degree in itself, does not reflect the skills of a connoisseur.

Furthermore, also the most renowned art historians make mistakes. New technological evidence can reveal the time of creation of an artwork and nowadays the exposure of fraud is not an exception anymore. In situations where fraud is involved, the discriminating skills of the art experts were not very well developed, because they labeled a copy or imitator as an authentic piece of art (Arora&Vermeulen, 2012). According to an art historian, the art connoisseur is like a wine expert and often he can only base his judgment on his instincts. However, nowadays the art expert can not only concentrate on his instincts anymore. He also needs to examine the artwork, he needs to refer to textbooks and other materials and he needs to get into discussions with specialists. In addition, he needs to perform scientific tests and avoid financial conflicts, to come up with a judgment (Levy, 1991). Now two stories of the auction house Sotheby's are described in which the opinion of an art expert was wrong. However, it is important to notice that this big auction house gets a lot of media attention and every mistake is therefore widely reported. Also experts working at local auction houses make wrong attributions and this will probably happen more often. The only difference here, is that these local misconceptions are not mentioned in the national newspapers or on the internet. In 1987, the auction house Sotheby's sold an 1848 oil painting to art collector Douglas Esposit. According to the Sotheby's catalogue the painting was created by George Inness, a nineteenth-century landscape artist. Sotheby's had emailed a black and a white photograph of the painting to an expert, who affirmed that the painting was authentic. Eight years after Douglas Esposit had bought the painting, he invited the same expert who had identified the painting as authentic, to his home. Almost immediately the art valuator realized that he had made a mistake, because the technique and brushwork that were used were different from what Inness ever painted and therefore the artwork must be created by someone else. Mr. Esposit demanded a full refund, however Sotheby's pointed at the first page of their auction catalogue, where it is stated that Sotheby's does not guarantee the authenticity of a painting dated before 1870 (Singer, 2000).

The other anecdote also describes a situation in which the authenticity of a painting was determined based on a photograph. Theodore Stebbins tells a story about a painting that was presented to Sotheby Parke Bernet for auction. The painting was attributed to Martin Johnson Haede and Sotheby's contacted Stebbins to decide about the authenticity of the work. After comparing photo's of the painting to other works of Haede, Stebbins called Sotheby's to confirm that the painting was authentic and therefore it would be included in the next auction catalogue. According to Levy (1991) it is widely accepted that art experts evaluate artworks based on photographs, however experts that base their judgments on photographs always run

the risk to be wrong. A reason why experts base their decisions on photographs is that specialists are forced to work under time pressure and shipping artworks is expensive (Levy, 1991). To come back to Stebbins, he also started to have doubts about his decision on the day of the sale and he rushed to Sotheby's to examine the artwork in person. After he had inspected the painting with a magnifying glass and a flashlight, he stated that the artwork did not conform his expectations. Stebbins convinced Sotheby's to withdraw the painting from sale only twenty minutes before the auction would start. After more research was done to the identity of the painting it was confirmed that it was a modern forgery (Orenstein, 2005).

Now that the role of the art expert is examined, it is possible to conclude that art specialists still fulfill a special task within the determination of value in the art market. Generally, these experts perform their duties with integrity and precision and therefore many institutions trust their judgments. These specialists also reduce information asymmetries by sharing their knowledge and expertise among different actors in the art world. However, we need to take into account that experts are humans too and that they also make wrong attributions.

#### 2.4.2 Art dealers

In the next sections the main intermediaries in the art market are examined. In the primary art market galleries are still the biggest players and Mc Andrew (2012) argues that the global sales through art galleries was estimated for 52% in 2012. In addition, the sales through auction houses was accounted for 48% of the global art market (Mc Andrew, 2012). These two main actors and their businesses shape the art market and therefore it is interesting to examine the affairs of these gatekeepers. Eventually, the competition between the gallery and the auction house are discussed.

This part takes a closer look at the gallery owner and his activities in the primary art market. The cultural economics literature often refers to the antiques dealer, the art dealer who is active in the secondary art market and the gallery owner, as art dealers. Naturally, there are differences between these actors which will now be briefly addressed. The antiques dealer generally deals in art and utensils like furniture, porcelain, silver and glass. All these objects need to be antique, which means that their date of creation has to be between the sixteenth and the nineteenth century (Nijstad, 2004). The art dealer is someone who deals in paintings, drawings and sculptures and can be active in both art markets. However, this section will only concentrate on the art dealer who trades artworks that have never been sold



to an audience before. This dealer is active in the primary art market and is often referred to as the gallerist. Although there are differences between the antiques dealer, the art dealer and the gallerist, they also produce similar affairs and therefore a true distinction is hard to make.

Galleries serve as a platform where artists can host exhibitions. Within the gallery the art dealer tries to create an environment that attracts several interested parties, that are willing to buy new artworks. Gallerists are often portrayed as money seekers, who take advantage of artists that are desperate to show their works to a public. Art dealers are also described as people that are untrustworthy and insensitive to the feelings of an artist. However, contemporary art dealers state that they pursue to distribute art, because they refuse to see art as a commodity and emphasize on the value of art as a cultural good (Velthuis, 2005).

To better understand art dealers and the way they operate and represent these operations, it is necessary to understand that they are part of two different social worlds (Velthuis, 2005). In the first place, the dealer's world can be seen as a capitalist world. Just as any other business an art dealer needs to sell artworks in order to exist. Because the gallerist depends on money from buyers to run the gallery, he needs to negotiate with the artists about contractual issues. In addition, he needs to come up with a price for the artworks he represents. According to Heilbrun and Gray (2001), gallerists mainly base their prices on experience. In addition, they might look at former prices of works created by the same artist or at prices that have been paid for similar artworks. In the primary art market, works have never been sold before and therefore a lot of uncertainty is involved in the pricing process (Heilbrun&Grey, 2001). The first price stated by the art dealer is therefore an educated guess as to what he thinks he can sell it for. However, among the bigger dealers with rich, well-known customers, the dealer has a good idea of what they like and therefore his artworks can be sold for a particular price to a specific customer (Shubik, 2003). This also has to do with a good and stable relationship between the collector and the dealer. When a collector has been loyal to an art dealer for several years, the dealer may give the collector the opportunity to be the first to look at new exclusive pieces. Because of this relationship the art dealer might not even sell an artwork to the highest bidder. The same relationship is often constructed with the artists the gallery represents. Respect, trust and loyalty are important, also because the relation between the artists and the dealer tends to be long-term and monogamous (Velthuis, 2005). However, this relationship can also be challenged when an artist becomes successful. This problem mainly occurs in a middle-size art gallery. When an artist becomes too successful, he may leave the art dealer for a larger and more business-oriented organization (Shubik, 2003).

After the work is sold most dealers split the sales at around 50/50, with room for a difference of 10%. In general, a professional dealer tends to handle in artworks of no fewer than five or ten artists and no more than thirty artists (Shubik, 2003). After a sale the dealer will try to keep track of the artwork in order to estimate its future economic value. This is possible by looking at the pre-sale estimated prices that are stated in auction catalogues and by paying attention to what artworks are bought at art auctions. The final price for which an artwork is sold and to whom is also important (Velthuis, 2005). The second social world stated by Velthuis (2005), exist of art dealers that serve as gatekeepers to the cultural world. They are able to find and select artists with innovative ideas that may go against the mainstream assumptions and promote them throughout the art market. Even when no attention is paid to the economic value of their works, potential buyers may admire the artistic creation, journalists may write about it in the press and experts may talk about it (Velthuis, 2005).

However, the activities within galleries remain a hidden affair. In busy streets, art dealers effectively use thin curtains so that people cannot view the inside of the gallery. Also neon signs are absent, while some other galleries only display their name in small letters next to the entrance of the door. In addition, visitors to larger galleries need to pass through a small hall that separates the exhibition space from everyday life. According to Velthuis (2005) prices of the exhibited artworks are rarely displayed and transactions only take place in 'the back-room'. Velthuis (2005) makes a distinction between the front room, where artworks are exhibited and the back-room, where negotiations and payments take place. Although art dealers are secretive about prices, they admit that there is at least one method they often use. Galleries try to maximize prices, rather than profit (Velthuis, 2003). This means that art dealers try to avoid price decreased at all times. Many dealers do not want to set lower prices for works that hardly sell, because this might create the assumption that the quality-level is not high enough (Velthuis, 2003). However, Shubik (2003) argues that if nothing is sold after a few months, the prices may be adjusted. In some instances, this means that the art dealer sets a lower price and in other instances a dealer makes up a higher price, because some believe that there are buyers who associate price with quality. If nothing is sold in one or two seasons, the artist may be dropped by the art gallery (Shubik, 2003).

The last decades art fairs gained popularity and have spread around the world. These fairs are organized on an annual basis and attract several hundred art dealers. At an art fair every art dealer has its own exhibition space, where he presents his highest-quality objects for a couple of weeks. Most art fairs tend to have a international character and therefore these fairs are the perfect place for dealers to meet new artists and collectors. The most prestigious

art fairs, such as Art Basel and Art Basel Miami Beach on the primary market or the Maastricht TEFAF on the secondary art market, attract thousands of visitors every year. Therefore, it is a sign of quality or approval when art dealers are allowed to exhibit their works at these fairs (Quemin, 2008).

### 2.4.3 Art auctions

In this section the main actors in the secondary art market are examined. Historically, the English auction houses Sotheby's and Christie's have been the major auctioneers of art. These institutions have developed and refined the rules of what is now called the ascending price auction, or the more commonly used term, the English auction. Nowadays, almost all art is auctioned in this ascending price format (Ashenfelter&Graddy, 2006). Also Dutch auction houses often use this bidding format and therefore the Dutch auction bidding process will not be examined. Before the English auction will be examined, it is important to notice the Dutch auction market is a local oriented market, but also dealers and collectors from other countries attend these local auctions (Glerum, 1992). Some statistics will probably make the position of the Dutch auction market within the international auction market more clear. In 2012, the global auction market was dominated by China with a 33% share and sales of 6.9 billion euro (Mc Andrew, 2013). The EU's share of the auction market was 31% and the UK accounted for two thirds of those sales (Mc Andrew, 2013). In addition, Mc Andrew (2013) examined the fine art auction sale in which the Netherlands only had a 0.9% share compared to 45.3% of all EU countries. However, this research concentrates on the pricing process art specialist go through to come up with price estimates and therefore the market share of Dutch auction houses is not of great importance.

Smith (1989) mentions that the English auction method is frequently used when it comes to the sale of objects and therefore this method dominates the auction market in the arts. But even English auctions take different forms depending on the items that are put up for sale and the relationships between the buyers and sellers (Smith, 1989). In the English auction, the bidding starts low and the auctioneer calls out higher and higher prices until the bidding stops (Ashenfelter, 2003). Normally, these bids are raised with equal amounts, but there is nothing that prevents a bidder from offering a substantially higher bid than the previous one. In general, potential buyers do not often use this method, because the bidder waits until the price approaches his level or until it becomes clear that the item is about to be

sold for less than he was willing to offer (Smith, 1989). In the English auction the item is said to be 'knocked down' or 'hammered down' and the final price is called the 'hammer price'. Not all items that have been put up for sale are 'knocked down' and sold to the highest bidder. Sellers that want to sell individual items will set a secret reserve price and if the bidding at the auction does not reach this level, the items go unsold. Auction houses do not reveal these reservation prices, because they want to make the bidding process as enigmatic as possible. A reserve price clearly contains information about the seller's valuation of an artwork. By revealing this information, a common value about the item is created among the potential buyers. In addition, the secretive setting of the auction ensures that anything is possible and this makes the bidding process an exciting affair (Ashenfelter&Graddy, 2006).

Another reason that has been suggested for secret reservation prices is that these are used to deter collusion. In a situation where the turnout is low, some sellers may prefer that their goods be bought in instead of being sold for the lowest price they are willing to accept. Buyers can have a depressing influence on the bidding process through collusive ring bidding. Ring bidding is an illegal process, wherein dealers who are interested in the same item will work in a team. In this situation, several dealers will get together before the auction starts and they will discuss who is bidding and who is not. Because only one dealer is involved in the bidding process, the price is kept low. After the item is bought, the dealers will arrange another auction and now they are all allowed to bid. In this situation, the dealers are bidding against each other and therefore the price will be higher than at the previous auction. The revenue that is made is shared with all dealers. In this situation, the auction house and the seller are put in a bad position while the dealers make profit (Berkhout&Rosenberg, 2011).

According to auctioneers an unsold item needs to be 'bought-in'. These bought-in items are referred to as being 'burned'. This means that their value has been hurt because they failed to sell to the public. During an auction, even when one listens carefully, it is hard to determine whether an item has been sold or bought in. Auction houses do this on purpose, because an item that goes unsold will decrease in price. An item that has not been sold may be put up for sale in a different auction house, or it could happen that it is taken off the market for a while to be sold at another auction (Ashenfelter&Graddy, 2006).

A couple weeks before the actual auction takes place, a pre-sale catalogue is published with information on all items coming up for auction. The information that is included in this catalogue are the titles, the artists, the sizes, the mediums, the provenances, the number of exhibitions, the high- and low estimate prices of the individual items and whether they are signed, monogrammed or stamped (Ashenfelter&Graddy, 2006). The seller's reservation

price is definitely not published and is kept secret from the potential buyers. Art experts are especially important when it comes to setting estimates, which indicate the range of prices they believe the work will sell in. Christie's introduced the practice of printing estimates in catalogues in 1983, while Sotheby's started this affair in 1986 (Huda, 2008). According to Pardo-Guerra (2011), 'normal' items are often processed by a single expert while 'major' items are analyzed by panels of specialists. A monetary cut-off, such as £50,000, often determines the difference between these two categories (Pardo-Guerra, 2007). The breadth of the pre-auction estimate range can differ very much, depending on many factors. Among these factors, the reserve price plays an interesting role. Many auction houses do use an unwritten rule by setting the secret reserve price at or below the low estimate (Ashenfelter&Graddy, 2006). Several researchers have looked at the accuracy and bias in experts' opinions, while determining these presale high and low estimates and if they are any good. In his research about the auction for wine and art, Ashenfelter (1989) states that the auctioneer's price estimates are very high correlated with the hammer prices fetched at auction and therefore they are very close to unbiased (Ashenfelter, 1989). However, big auction houses have a reputation to defend and therefore caution and conservatism are highly regarded (Valsan&Sproule, 2008). In their research Bauwens and Ginsburgh (2000) conclude that Sotheby's underestimates systematically, while Sotheby's underestimates expensive pieces. It is often said that estimates are set at a lower range to attract more bidders (D'Souza&Prentice, 2002; Lourgang&McDaniel, 1991; Mei&Moses, 2005; Pardo-Guerra, 2011). In addition, it could also be suggested that auction houses set lower estimates in the hope that if a work fetches a higher price than expected, this might attract more sellers to more successful auction houses, and because of this auction houses achieve record prices at auction (Mc Andrew&Thompson, 2003). In addition, overbidding is also not an exception in the auction market. There are many reasons why specialists could overestimate the value of an artwork. In their research Mei and Moses (2005) mention that higher estimates will result in higher hammer prices, because overestimation will lead to higher revenues for the auction house. In addition, they argue that auction houses overestimate expensive works of art in order to take in maximum commissions and premiums. According to Valsan and Sproule (2008), these higher estimates mainly depend on the reserve price set by the seller. A seller may value his object very much and therefore set a high reserve price, this forces the specialist to raise his low estimate as the reserve price is set below the low estimate. The low estimate is therefore considered to be a better predictor of the eventual hammer price than the high estimate (Valsan&Sproule, 2008).

Pardo-Guerra (2011) states that the decision on whether to estimate the worth of an object at X or Y, differs from case-by-case and day-to-day interactions between the specialist and the items they prepare for auction. This means that there are no norms determining which value is correct. Therefore, there are no intrinsic aesthetic characteristics which determine an object's estimate. However, this does not imply that valuation is unbounded or completely open to interpretation. The relevant issue here is to determine the types of information that need to be taken into account when constructing the low and high estimated prices (Pardo-Guerra, 2011).

In their research Mc Andrew and Thompson (2003) conclude that experts are unbiased and accurate, but they take into account both the valuations of the potential buyer and the seller in their estimate setting process. Besides different values, there are other factors that have an influence on estimate prices. In economic literature, the law of one price already is a fairly discussed topic but this method has also made its entrance to the cultural economics field. The law of one price holds that an identical object should fetch the same price, regardless of the auction house or geographic region where the sale takes place (Pesando&Shum, 2007). However, this does not seem to hold for the art market, because in their research about Picasso prints, Pesando and Shum (2007) found that these prints are more appreciated than the prints of modern masters as a whole from 1977 to 2004. They also conclude that Picasso prints are sold for lower prices in Europe, than in the United States. Prices do not only differ between continents, also Moulin (1967) found out in his study about the French art market, that similar works that were offered for sale at different locations, fetched other prices.

In earlier research by Pesando (1993), it turned out that prices realized at Sotheby's were 14% higher than at Christie's in New York, over the period 1977 to 1992. He points out that the difference between Christie's and Sotheby's is extraordinary, because they have the same geographical barriers and use the same regulations. Although, a possible explanation could be that the lots sold at Sotheby's were more than twice as high as the numbers of lots sold at Christie's. Therefore, Sotheby's attracted more visitors and more potential buyers, which resulted in more aggressive bidding (Pesando, 1993). However, in their 2007 research, Pesando and Shum analyzed data between 1993 to 2004 and here they said that the earlier found differences between Christie's and Sotheby's New York, are no longer the case.

The premiums and commissions mentioned above will be further explained in this paragraph. Every auction house earns income from commissions charged to buyers and sellers. The commission that buyers need to pay is called the 'buyers premium'. It is

important for the buyer to take into account these amounts, because eventually the buyer pays the sum of the hammer price and the buyer's premium. In recent years, published buyers' premium prices typically hovered around 10-20% of the hammer price. Buyers who pay an enormous amount of money in the hammer price process, pay the lower amount for the buyer's premium. Also sellers pay a commission to the auction house and this is called the 'seller's commission'. Although the seller's commission is normally around 10 % of the hammer price, the actual seller's commission can differ by seller (Ashenfelter&Graddy, 2006). However, when an item goes unsold this has consequences for the auction house. No seller's commission or buyers premium is paid, while the effort in trying to sell the item has already been carried out. Therefore, in these situations a percentage of the reserve price is charged (Ashenfelter, 2003).

#### 2.4.4 Competition in the art market

In the previous sections, the affairs of the main actors in the art market have been examined. In this part, the competition between the art dealer and the auction house will be briefly addressed, since the differences and therefore parts of the competition, can also be found in the previous sections. However, it is important to notice that in this part the relation between the auction house and the art dealer in the primary as well as in the secondary art market are discussed. According to Mc Andrew (2012), changes in the art market have increased the competitive dynamics and context in which art dealers and auction houses operate. In her research, she gives an overview of the most radical changes that occurred in the last twenty five years. She has conducted interviews with many different art dealers, art specialists, collectors and others involved in the market serving the art trade. Mc Andrew (2012) states that in the 1980's, auction houses were wholesalers, but over the years they have turned into retailers, which traditionally was a dealer's practice. In these times, auctioneers also started to sell directly to their audience and therefore art dealers lost their monopoly in the auction circuit (Velthuis, 2011). This resulted in competition between the art dealers and the auction houses over clients, both as buyers and sellers (Mc Andrew, 2012).

Now the advantages and the disadvantages of the gallerist and the auction house will be presented. It is important to be aware of the fact that most statements are made by art dealers. These dealers state that their most important advantage is their knowledge and expertise on a specific segments of the art market. Also some collectors pointed out that auction houses use a more uneven mix of artworks in their sales, than could not be found at

leading art fairs where art dealers represent their works. Dealers also consider privacy and discretion to be key advantages, while many buyers wish to keep their transactions private. In addition, their discrete and less hurried way of doing business is also presented as an important advantage. They state that artworks can be sold at auctions for lower prices because its failure to reach the reserve price. In addition, the art dealers argue that they have better relationships with their clients in contrast to the auction houses where time is short and competitive tensions are often high (Mc Andrew, 2012). Collectors confirm that they work closely with dealers to build their collections over time. However, these collectors also argue that a personal relation has a downside, because some collectors got the feeling that art dealers exerted more pressure on them to buy because of the familiar nature of the negotiations about prices. However, in auctions debates about prices also occur. The seller needs to set a reserve price and the experts needs to adjust his high and low estimates to this price. Here the seller has a stronger position, because he decides whether he wants to sell it for a certain amount of money or that he stores the art piece again (Valsan&Sproule, 2008). However, auction prices may be lower because artworks can only be bought a couple of times per year. A collector who is in love with a particular work of art wants to own the artwork immediately, and therefore he is willing to pay a higher price at the dealer instead of waiting until it appears at auction (Velthuis, 2005). Anderson (1974) argues that dealer prices are at least 20-50% higher than auction prices. The transparency of the art market is also mentioned as a difficult topic in art trade, because some collectors felt that dealers often manipulated flows of information so that the collectors were not fully informed. The dealers for example, held back information about how long an item had been for sale or how many others had not agreed on the price. The auction market is more transparent, because almost all information about previous sales is available online (Mc Andrew, 2012).

In the 1980's and 1990's, very few action houses organized private sales. From 2000 on, private selling by auction houses spread around the art market and has become an important part of their business. In 2007, Christie's bought Haunch of Venison to compete with galleries (Mc Andrew, 2012). However, in the primary market it was difficult for the gallery because it was excluded from certain art fairs, including the Art Basel fair. Meanwhile, the private sales business grew so there was little need for a separate outpost. Therefore, Christie's decided to close Haunch of Venison and it will only stay active in the gallery's secondary market business (Gerlis, 2013). The last two decades, art fairs has become popular among art dealers because this is where they can present their best works to hundreds of visitors (Quemin, 2008). Mc Andrew (2012) mentions that many dealers attend and try to



expose their works at these fairs to react to the increasing power of the auction houses. Although all interviewees agreed that the competition with the auction market has increased, some noted that their market share had ebbed and flowed. They stated that when the market is fragile, many buyers and sellers will go to art dealers, while in flourishing periods buyers and sellers would rather go to an auction house (Mc Andrew, 2012).

Next to the competition between the two main intermediaries, some dealers and art specialists state that also highly positive and collaborative relationships have developed over the years. An example given by Mc Andrew (2012) is the collaboration between the two major auction houses and twenty three galleries. In the Master Paintings week lectures, exhibitions and action sales take place. The shared motivation for this event was to promote both sectors of the art market.

From the sections about galleries and auction houses, it can be concluded that these intermediaries perform different affairs within their own market segment. It also became clear that these intermediaries are in competition with each other over potential buyers and sellers. However, because of this competition the art market has changed and over the last years both organizations have agreed to strive for a common goal, which is to promote both sectors of the art market.

### **3. Determinants of art prices**

#### 3.1 Introduction

In the previous chapter, the art market has been explored and it became clear this market is different from other markets. The art market does not only consist of two segments that are highly interconnected, also gatekeepers like art specialists and cultural organizations play an important role in it. These intermediaries use their expertise and experience to determine the quality of an artwork objectively. Even though art experts have the right knowledge, the pricing process of an artwork remains a difficult affair because every work of art is unique. This chapter will therefore concentrate on the price determinants that specialists look at and the pricing scripts that they use to determine the price of an artwork.

Throsby (2001) states that a work of art can entail aesthetic, social, spiritual, historical symbolic and/or authenticity values. Also Baumol (1986) believes that different values can be described and in addition he argues that even experts, dealers or auctioneers cannot exactly predict the market price, because demand fluctuates over time. Although there is a certain degree of unpredictability involved in the process of art price formation, there are certain characteristics that determine the price of an artwork. In the first part of this chapter, the different values and factors that have an influence on the monetary value of an artwork, will be broken down. The same line that Sagot-Duvaroux, Pflieger and Rouget (1992) used to find the various factors that could influence the price of works of art, are presented in this chapter. In their research they eventually tried to analyze how these factors acted upon the contemporary painting market. Therefore, the characteristics presented are more applicable to the secondary art market which is a good thing for my research, that concentrates on the secondary art market for fine art. Sagot-Duvaroux et al. (1992) divided the price determinants into four categories: artists-, artwork-, market- and macro level factors. Here it is important to keep in mind that although these features are a good reflection of the different aspects that have an influence on the price of an artwork, this list is not complete. Therefore I also added characteristics mentioned by other researchers, in an attempt to make this list as complete as possible. I also want to inform that it is possible that some features overlap, but there was no other way to present them because they are all interconnected.

In the final part of this chapter, the characteristics mentioned in the first part will be used to take a closer look at the pricing process art dealers go through to come up with a

price. Velthuis (2002, 2005) states that art dealers base their pricing decisions on ‘pricing scripts’. He defines these scripts as ‘a set of routines which function as a cognitive manual for the variety of pricing decisions that a dealer needs to make in different stages of an artist’s career’ (Velthuis, 2002, p.52). Although this thesis does not concentrate on the primary art market, the pricing process described by Velthuis (2002, 2005) will be presented, because I believe that experts in the auction market also use pricing scripts in their estimate setting process for paintings. Whether this is true or not, will become clear after I have analyzed the data I conducted from the interviews with specialists working at auction houses. More information about this method is presented in section 3.6 of this thesis.

## 3.2 Artist related factors

### 3.2.1 Role within history and artistic movement

The monetary value of an artwork is based on several elements. First of all, the price depends on the role of the artist within the history of art. This means that the value of a painting will be recognized when the artist belongs to a specific movement (Sagot-Duvaroux et al., 1992). In addition, the future of an artist is also determined by his history. An artist who belongs to a movement that was popular once, will probably be brought back into favor thanks to trends in taste. Therefore, new movements often seek to resemble to a certain movement so that potential buyers can identify with their artworks. The success of these existing movements gives them a position in the history of the art. This also explains why it is hard to promote and find buyers for a painting that does not fit into any movement (Sagot-Duvaroux et al., 1992).

### 3.2.2 Style

It is not possible to predict which art style will be appreciated more at a particular point in time. However, it is quite often assumed that the evaluation of the art expert is influenced by what is currently popular. Every art movement develops its own characteristics and several artists represent these styles. If the more fashionable contemporary art styles are highly valued by art experts, one would expect that artists who represent previous styles would be valued lower (Frey&Pommerehne, 1989).

### 3.2.3 Reputation and oeuvre

The reputation of an artist also has an effect on the realized price. Frey and Pommerehne (1989) argue that the reputation of an artist has the strongest impact on prices among artist-related factors. Also Sagot-Duvaroux et al. (1992) state that out of two equally talented artists, the consumer is willing to pay more for a painting that is made by a famous artist. Reputation also has to do with an artist's oeuvre, because there is a wide range in price between his most successful paintings and reasonable creations. Therefore, artworks will be valued higher when there is a certain degree of harmony with his typical style. It is also important in which time period in his life the artwork was created (Anderson, 1974). In addition, Abbing (2002) mentions that the reputation of the artist and the size and technique of the work are the three most important guideposts for setting prices.

#### 3.2.4 Signature

Also a visible signature may provide the owner with prestige benefits. However, this main determinant of the price of an artwork is difficult to measure and requires expertise (Sagot-Duvaroux, 1992). Anderson (1974) however states that many well known paintings are unsigned. In the seventeenth century, Dutch and Flemish painters signed their paintings while Italian painters avoided the signature.

#### 3.2.5 Achievements and past selling prices

Frey and Pommerehne (1989) argue that the number of accomplished one-man and group exhibitions and the number of prizes awarded to a specific artists, also have an influence on the price. In addition, local and international publications and grants and scholarships, can also be interpreted as signs of artistic quality. These achievements therefore contribute to the reputation and success of an artist. Velthuis (2005) states that achievements also serve as guidelines for potential buyers, who often concentrate on artists that have been selected by specialists and cultural organizations. In addition, past prices serve as a signal for the quality of artworks and are often taken into account by the valuation of an artwork. The next evaluation of an artwork will therefore be higher when past selling prices are of a certain level (Velthuis, 2005). Frey and Pommerehne (1989) also suggest that past prices are a very strong predictor of future prices.

### 3.2.6 Mediums

Another factor that can influence the price of an artwork is the variety of mediums used by one artist. If an artist has made sculptures, paintings and graphics his works will fetch higher prices than an artist who is working in one medium (Frey&Pommerehne, 1989) Although this statement can be true because the artist that works in different mediums reaches a bigger audience, it is more commonly believed that the specialist sells more artworks for higher prices because his quality is much higher (Frey&Pommerehne, 1989).

### 3.2.7 Age and gender

According to Velthuis (2002) the age of the artist has an influence on the price of works of art. He states that artworks of older artists are more expensive, than works of their younger colleagues. This suggests that age can be seen as an indicator of experience. In addition, collectors may be willing to pay more for an older artist, because they interpret age as a sign of success. Another reason why artworks of older artists are more expensive is because older artists have had more time to enhance their visibility and reputation than younger artists (Velthuis, 2002). Gallenson (2000) argues that prices differ between artists because the age and time period in which artists are born and produce their works have an influence on the quality of their works. In his research he concludes that American artists born in the 1920's and 1930's produced their most valuable works at an early age. Artists who were born between 1900 and 1920 were older when they created their best works (Gallenson, 2000). Also gender has an influence on the prices of artworks. Velthuis (2002) mentions that female artists generally receive less for their works of art. A gender induced wage gap was discovered in both the American and Australian art sector. However, the question why lower prices are attributed to female artists instead of to their male counterparts still remains unresolved (Velthuis, 2002).

### 3.2.8 Nationality

Velthuis (2005) argues that buyers are willing to pay more for artworks created by international artists, because their appearance in the international art market is often seen as an indication of success.

### 3.3 Artwork related factors

#### 3.3.1 Authenticity

Sagot-Duvaroux et al. (1992) state that all renown art dealers and auction houses need to show evidence about the authenticity of their artworks. If there is any doubt about the origin of the artworks their value will drop and that is why certificates from painters are so important (Sagot-Duvaroux et al., 1992). The authenticity of an artwork is also captured in the technique that is used by the artist. Therefore, a piece of art that is unique is usually worth more than an artwork that is made in edition (Velthuis, 2002).

#### 3.3.2 Provenance

Anderson (1974) states that the history of ownership of an artwork also has a strong influence on the prices realized at auction. A painting from a respected private collection is therefore valued higher, than a painting that comes from a dealer's stock. Sagot-Duvaroux (2003) also states that the provenance of an artwork is important, because a clear provenance backs up its authenticity.

#### 3.3.3 Artistic quality

The works of an artist are created in different time periods and therefore the artistic quality within his oeuvre differs. Art experts measure the inner quality of an artwork by looking at the harmony, homogeneity and subject expressed in the painting (Sagot-Duvaroux et al., 1992).

#### 3.3.4 Subject

According to Duret-Robert (1976), the subject of a painting plays a big role while determining the price. He states that a portrait of a woman is on average more expensive, than the portrait of a man. He also mentions that a landscape with water is also higher valued, than a landscape without water. Also Anderson (1974) states the subject matters, because a scene of a crucifixion, flagellation or massacre will rarely be exhibited by a collector in his home. Ginsburgh and Schwed (1992) also mention that the topic is important, because normally artworks sell better when people immediately recognize that it is made by a specific artist,

because for example, this artist always paints landscapes. However, the influence that the subject has on the price determination cannot be generalized, because it differs among artists, time periods, buyers and markets (Ginsburgh&Schwed, 1992). Sagot-Duvaroux et al. (1992) argue that in Contemporary art the subject has lost its influence, because in Contemporary art hundreds different topics and styles are carried out.

### 3.3.5 Size

Sagot-Duvaroux et al. (1992) state that when artistic quality is equal, the price of artworks varies with characteristics such as size. In general, the price of a painting increases, when the size decreases. Although this does not count for international, highly valued paintings at the top end of the market, like Van Gogh's or Picasso's. Sagot-Duvaroux et al. (1992) come up with a practical reason why the marginal prices decrease in proportion to the size. They mention that people have not enough space in their homes to exhibit large paintings. Frey and Pommerehne (1989) and Anderson (1974) also mention the limited space facilities of most private and public art collectors and therefore cultural institutions like museums are the main consumers of large works of art.

### 3.3.6 Technique

Also the technique that an artist uses has an influence on the price of an artwork. A drawing is cheaper than a gouache work and oil and acrylic paintings are more expensive. A work painted on wood or canvas is also more expensive than a work on paper (Sagot-Duvaroux et al., 1992). The durability of a work also has an influence on price differences. Among all the techniques, oil is considered the hardest one to learn and it does not spoil over time and therefore it is the most expensive. Technique can also be associated with the idea of the painter's fame, because when a painter is known for his technique, this is an important factor in the price determination process.

### 3.3.7 Condition

The condition of an artwork also has an influence on the price. A painting that is heavily cracked, faded or touched up is worth less than a painting that is in good condition (Anderson, 1974).

### 3.3.8 Time of creation

The time of creation is an important factor for many reasons, because it represents the genre and style of a particular artist or movement. In addition, the artistic period can also tell when an artist was active and therefore a piece of art can be great, because it entails artistic innovations and quality (Anderson, 1974). In short, all features mentioned above are related to the time in which an artworks is created.

## 3.4 Market related factors

### 3.4.1 Rarity

Prices are also influenced by the relation between supply and demand, which defines rarity. According to Sagot-Duvarout et al. (1992) a paradox can be found when talking about rarity. The price normally rises when demand exceeds supply and therefore a work of art has to be rare, but not too rare. Rarity can be objective, but can also be produced by the art market. There are painters who do not produce much, while the work of others is only exhibited in museums. Also death has an influence on supply because when a painter dies, his oeuvre cannot be expanded anymore. Therefore, when a painting of a recognized and fashionable artist is up for sale, many buyers will compete for it. However, demand can also shift to less famous artists when works of particular artists become too scarce. Another important aspect that has to do with scarcity is that buyers are not consistent. Particularly in the contemporary art market people can be passionate about an artist one day and fall in love with another a week later. However, in both situations the market has to deliver enough paintings. (Sagot-Duvaroux et al., 1992).

### 3.4.2 Institutions

The fame of cultural intuition also has an influence on the price. For artists in the primary market this means that they can ask higher prices for their works of art, because many buyers believe that quality is guaranteed in a big gallery. The fame of an auction house also has an effect on prices from public sales, although it is to a lesser extent. Christie's and Sotheby's



both have a well-established promotion department and therefore will gather many potential buyers who may outbid each other at auction. Here, competition has a great effect on prices, because during public sales the highest bidder gets the painting. Also the fame of museums and other cultural institutions is important. (Anderson, 1974; Sagot-Duvarout et al, 1992). In addition, Pesando and Shum (2007) argue that the geographic region of the auction house has an influence on the price. They conclude that the same Picasso prints are sold for lower prices in Europe than in the United States. In his 1993 research, Pesando also found that prices realized at Sotheby's were 14% higher than at Christie's in New York, over the period 1977 to 1992. However, in 2007 Pesando and Shum argued that earlier found differences between Christie's and Sotheby's New York were no longer the case after they had analyzed data between 1993 to 2004.

### 3.4.3 Buyers

Characteristics of buyers also have an influence on the prices of artworks. Buyers can be categorized in anonymous buyers and well-known buyers. A well-known buyer can contribute to the prestige of a work of art. The utility people get from buying a work of art also differs among buyers. Firms are often searching for tax benefits, image, investment and a way to make their organizations look good. An individual on the other hand, wishes to decorate his house or to gain social recognition. Buyers can also be categorized in terms of their budget. In auction sales, the bidder who has the bigger income is able to buy an artwork for the highest prize (Sagot-Duvaroux et al., 1992).

### 3.4.4 Sellers

The previous owner's name and reputation have a positive impact on art prices, because it defines its provenance. However, the reserve price stated by the seller can also influence the realized price at auction. It can happen that the artwork does not reach the reserve price and then it is bought in, which has a negative effect on the price of the artwork. Because major auction houses normally set the pre-sale estimates at or above the reserve price, sellers are in a strong position to negotiate about the price estimates. Therefore the seller also has an influence on the price at auction (Candela&Scorcu, 1997; Valsan&Sproule, 2008).

### 3.4.5 Specialists

This paragraph is a short recapitulation of what has already been presented in the previous chapter, however this information is necessary to provide a complete overview of the characteristics that have an influence on the price of an artwork. It is obvious that art specialists have an influence on the estimated prices that are stated in the pre-auction catalogues because they determine these prices. However, experts can also have an influence on the hammer prices at auction by setting lower estimates to attract more bidders (D'Souza&Prentice, 2002; Lourgand&McDaniel, 1991; Mei&Moses, 2005; Pardo-Guerra, 2011). These experts hope that when more bidders arrive at the auction, the potential buyers will start to out bid each other and therefore artworks will fetch a higher prices than expected (Mc Andrew&Thomson, 2003). In addition, experts also set higher estimates which could also result in higher realized prices (Mei&Moses, 2005).

### 3.5 Macro level factors

#### 3.5.1 Economic situation

The influence of macroeconomic variables on the growth of the price of artworks is still a topic of discussion among many researchers. Precise studies have not been carried out, but some suggestions about possible influences have been made. At first, demand for art goods, which are considered luxury goods is positively correlated with income. Here, it is assumed that when supply is steady an increase in demand will contribute to a rise in the prices for works of art. In short, during an economic boom a growth in the market should be observed while a decline should occur during an economic slump (Sagot-Duvaroux et al., 1992). A good example in relation to the economic situation happened in France. In 1974, there was a decline in public sales when the country entered a crisis period. From 1984 to 1987 the economy began to grow and these dates correspond to the recovery of the French economic situation (Sagot-Duvaroux et al., 1992).

#### 3.5.2 Media

Great media interest in the national and international art market is also considered to have an influence on the prices of works of art. Patronage and advertising made it possible to get a peek into the art world. Also firms have become more interested in the art market, while art is

used in order to promote their name and boost their image. Eventually, an increase in the number of buyers and paintings sold can only make prices rise (Sagot-Duvaroux et al., 1992).

### 3.5.3 Digitalization

This paragraph is also a short recapitulation of what has already been presented in the previous chapter, however this information is necessary to provide a complete overview of the characteristics that have an influence on the price of an artwork. In the last decade, the internet and social media have increased the transparency of the art market, because nearly all auction houses have a website and therefore their pre-auction catalogues and previous sales data are accessible for a wider audience (Mc Andrew, 2012).

### 3.5.4. Taste

Many researchers state that the biggest changes in the art market have centered on changes in taste, with sectors coming in and out of favor often in short periods of time (Frey&Pommerehne, 1989; Mc Andrew, 2012). In the 1980's, people were mainly interested in Impressionist and Modern works, while the contemporary sector was small and was presented as very risky. In the last ten years, the popularity of Contemporary art has rocketed and prices have increased enormously. At the same time, the demand for other older artworks has declined (Mc Andrew, 2012) Therefore change in taste also has an influence on price fluctuations in the art market. Tastes also change with trends in decoration, lifestyle and fashion. Mc Andrew (2012) states that several decorative art and antiques dealers noted that the modern home tended to be more minimalistic and therefore certain sectors have become perceived as old fashioned.

## 3.6 Pricing scripts

As mentioned before, Velthuis (2002, 2005) introduced the term 'pricing scripts' when he took a closer look at how art dealers arrive at the prices for the artworks they sell in their galleries. He defines these scripts as 'a set of routines which function as a cognitive manual for the variety of pricing decisions that a dealer needs to make in different stages of an artist's career' (Velthuis, 2002, p.52). A key advantage of using pricing scripts instead of measuring

quality is that they are based on criteria which are easier to determine. These criteria are for example the reputation of the artist or the size of the work. In addition, scripts lend structure, consistency and stability and therefore predictability to the price mechanism. Pricing scripts also help avoid or counter confusion about the economic value of Contemporary artworks among potential buyers (Velthuis, 2005). Although Velthuis (2005) is the first to use the term 'pricing scripts', he is not the first to examine this phenomenon. Sociologist DiMaggio (1997) used the term "event scripts" to refer to automatic or thoughtless rather than deliberative processing. In addition, Simon (1950) states that in the art market where uncertainty is no exception and information is costly, scripts can be used to make rational decisions.

Although the following literature will concentrate on pricing scripts used in the primary art market, I assume pricing scripts can also be found in the auction market. Whether this is true or not, will become apparent after I have analyzed the data I conducted from the interviews with specialists working at auction houses. More information about this method and the results of my research are presented in chapter four.

In the industrial organization literature, pricing scripts nuances the sharp distinction between price setters and price takers. In the art market art dealers are price setters in principle, since monopolistic competition is more a given fact than an exception. However, given the rule-following behavior that pricing scripts imply, their business in setting prices is significantly reduced. In addition, pricing scripts are also subject to developments in the art market and therefore often need to be adjusted. The economic history of the art market shows that pricing scripts are stable in the short run, but in the long run evolve under the influence of large-scale social and cultural processes. Although pricing scripts do not hold the truth, they simplify the pricing decision process to a considerable degree. Because scripts measure the quality of an artwork directly, they help dealers to set prices systematically (Velthuis, 2005).

Velthuis (2005) states that some scripts are universal for art markets in Western Europe, while others are only shared by collectors, dealers and artists in a segment of the market. In addition, art dealers look at the pricing decisions that are made by their friend and colleagues to base their prices on. Pricing scripts are not invented by individual dealers, but are shared understandings of how art can be priced and marketed in a legitimate way. However, these scripts are not written down but they are seen as a form of knowledge. Velthuis (2005) therefore states that it is hardly surprising that dealers did not make explicit claims about their decision-making process in his interviews. He also argues that most of his interviewees mentioned that they visited other dealers and exhibitions to gain knowledge and that learning-by-doing was often mentioned as an important affair (Velthuis, 2005).

The literature presented above, about the use of pricing scripts makes it seem as if they are only used in the contemporary art market, but this is not true. Throughout the history of art, different pricing scripts have been used to determine the prices of individual works of art. De Marchi and Van Miegroet (1996) argue that painters were considered artisans until the sixteenth century. An artist would make a painting based on the wishes of the church, the court or a private buyer and therefore he was not rewarded for his originality, but rather for how well he listened to his client. The average buyers also found it not really important to own an original painting and settled for a copy. In the late medieval and early Renaissance, contrasts between artists were mainly based on material aspects, the subject of the painting and labor time which together formed the earlier pricing scripts (De Marchi&Van Miegroet, 1996). In the seventeenth century, the pricing scripts used by the many groups of Dutch guilds involved a fixed sum per person. Factors like size and the number of details in the picture would be taken into account separately (Bok, 1998; Smith, 1989). In sum, the labor time was the most important determinant in this time and in the rapidly growing market of the Dutch Golden Age, artists decided to cut down the time spent on each painting and therefore the price of paintings decreased (Noth, 1992). However, over time the material properties as the prime determinants of price were replaced by the skills of the artist. The producers of art gradually evolved from ordinary artisans to individual creative artists with a special position within society (Koerner&Koerner, 1996). The introduction of the personal skill also caused problems as a determination value, because this was more difficult to measure than material and labor time. This change in pricing method introduced considerable uncertainty in the art market (Smith, 1989). However, material- and painting-related factors did not completely disappear. In the seventeenth century, the subject was seen as an important factor for the price determination. Paintings with a religious theme and historical paintings were valued higher than landscapes and still lifes (North, 1992; De Marchi&Van Miegroet, 1994). It was only in the nineteenth century, that the economic, measurable impact of these different genres changed. White and White (1965) mention that in this area the focus shifted from individual canvases to careers of artists. Also art experts argued to concentrate more on the life of an artist when they wrote about an artwork. Also Velthuis (2005) states that nowadays characteristics of the artist are stronger determinants of prices than characteristics of the artwork.

As a result of this historical process contemporary artists, dealers and collectors face more complex situations in which they need to find the right price for an artwork than their ancestors did. Velthuis (2005) states that shared standards of value are lacking and the

willingness of collectors to pay is almost impossible to measure. The answers he received from his interviewees when he asked about how they made their pricing decisions did not really vary, because they all stated that the pricing process is “a wild guess”, “arbitrary”, “subjective”, “a game of perception” and “a mystery” (Velthuis, 2005, p.123). The previous statements are a good reflection of the uncertainty in the primary art market. Again, my research concentrates on the secondary art market, where auctioneers have the opportunity to base their decisions on previous sales data and other information. As noted before, I assume that art experts working at auction houses also use pricing scripts to determine the estimated prices of paintings. This hypothesis will be tested on the basis of conducted interviews. However, this is not the only hypothesis I want to state and therefore the next section will present more hypotheses.

### 3.7 Hypotheses

Although the literature review has led to an extensive insight in the art market and the role that specialists hold, it is still not clear how price estimates of paintings are determined by specialists working at auction houses. As noted before, Velthuis (2002, 2005) found out that art dealers operating in the primary art market use pricing scripts. In this research, I want to find out if experts working at auction houses also use these scripts, in order to come up with estimated prices of paintings. Therefore, the first hypothesis I would like to state is that specialist working at auction houses use pricing scripts to determine the estimates of paintings. I am convinced that especially these specialists use certain methods, because they are active in the resale market, where measuring and presenting quality in a transparent way is necessary to attract potential bidders. This is only possible when the estimates stated in their pre-auction catalogues are realistic, because this makes them trustworthy. Also the more information these experts collect, the better they can set realistic price estimates.

The second hypothesis I would like to state is that specialists pay attention to different price determinants to determine the price estimates of paintings. Because these experts work at different auction houses, they use different strategies and have different audiences and therefore they will look at different characteristics to determine the prices estimates.

In addition to the different price determinants, I would like to state a third hypothesis: specialists pay attention to different price determinants when they need to determine the price estimates of Old Master paintings and Contemporary paintings. I believe that the artistic

quality and the subject are more important for Old Master paintings and that the meaning is more important for Contemporary paintings.

The fourth hypothesis I would like to state is that specialists pay more attention to one of the four factors presented in the previous chapter. These factors are artist-, artwork-, market- and macro level related. A specialist could for example pay more attention to macro level factors instead of artist-related factors. This difference can be explained by the assumption that local auction houses do not have to pay much attention to the international market, because they only have local buyers. Christie's and Sotheby's do need to pay attention to fluctuation in the international art market, because they have international buyers.

The fifth hypothesis I would like to state is that the personal taste of specialists has an influence of the price estimates of paintings. This leads to higher estimates when a specialist needs to determine the estimates of a painting he likes and to lower estimates when he needs to evaluate a painting that does not match his personal taste.

The last hypothesis I would like to state is that potential buyers have the biggest influence on the hammer prices fetched at auction. The reason why paintings are not sold, or why the hammer prices are sometimes much higher than the high estimate, is because buyers will compete with each other and therefore they place higher and higher bids until one bidder eventually outbids the others. Therefore, the indications presented by art experts in the pre-auction catalogue have no real influence anymore when potential buyers have entered the auction room.

Now that the hypotheses I have stated on the basis of the literature are clear, I will translate them into the next sub-questions to back up my main question:

- 1. Do specialists working at auction houses use pricing scripts when they determine the price estimates of paintings?*
- 2. Do experts pay attention to different price determinants when they determine the price estimates of paintings?*
- 3. Do specialists pay attention to different price determinants when they determine the price estimates of Old Master paintings and Contemporary paintings?*
- 4. Which factor has the most influence on the price estimates of paintings according to the specialists?*
- 5. Does the taste of experts has an influence on the price estimates of paintings?*
- 6. How is it possible that hammer prices are not always in line with the price estimates stated by art specialists?*

Obviously, I have not presented these six questions to the specialists because I wanted them to come up with the answers I was looking for. I have categorized the interview questions into subjects and translated them into other questions that did not entail my hypotheses. I based my questions on the following topics: experience, pricing process, price determinants, difficulties, selection process and career. I asked the experts nine questions and although they are now presented in English, I conducted the interviews in Dutch, because the specialists I interviewed were Dutch. The Dutch questions can be found in appendix B. It is important to take in mind that the word 'value' refers to estimates of the paintings. The questions I asked the specialists are:

- 1. Does the level of experience has an effect on the valuation of a painting?*
- 2. When you see a painting for the first time, which steps do you take in the valuation process?*
- 3. At which price determinants do you judge a painting?*
- 4. Do you evaluate every painting on the same price determinants?*
- 5. Do you think experts look at different price determinants when they determine the value of an Old Master painting and a Contemporary painting?*
- 6. Are there particular paintings whereof you find it more difficult to determine the value?*
- 7. Are you selective when you take in paintings?*
- 8. Are you allowed to know who the potential buyers are?*
- 9. Which sale do you still remember?*



## 4. Empirical research

### 4.1 Introduction

The existing literature on art markets, art specialists and price determinants that have an influence on the price estimates and real prices of artworks, have provided me with information that can lead to a provisional answer to the main question of this thesis: *How do specialists working at auction houses determine the price estimates of paintings?* However, in order to formulate a definitive answer to this question, the sub-questions that were presented in the previous section need to be answered first. In order to do this, empirical research is required.

### 4.2 Method

#### 4.2.1 Qualitative research

Qualitative research methods are often used to search for answers from a broader social context, rather than isolating a topic of phenomenon. In qualitative research, factors that are considered to have an influence on a certain phenomena are embraced and explored. Qualitative research concentrates on their interrelationships and explores them as part of the complex whole that is being studied. In addition, the qualitative method can generate hypotheses as well as test them, starting with an assumption and developing theory gradually from the data (Rich&Ginsburg, 1999). It also looks beyond diagnostics outcomes, to give an answer to the ‘how’ and ‘why’ questions that are often involved in this type of research. Therefore, qualitative inquiry finds richness and depth where quantitative research is mainly concerned with the outcome of numbers (Rich&Ginsburg, 1999). Although qualitative inquiry provides a lot of information some quantitative researchers state that it is lacking scientific rigor, where qualitative researchers find that quantitative research is missing the human element. However, no research approach is completely flawless and therefore both quantitative and qualitative methods have different strengths and limitations.

The aim of this thesis is to find out how experts working at auction houses determine the estimated prices of paintings. In this inquiry it is important to find certain patterns in the decision-making process they use and the best way to get a better understanding of these

patterns, is to use the qualitative research method. Therefore, I arranged ten qualitative in-depth interviews with specialists working at auction houses in the Netherlands. These interviews gave me a closer look at the activities in the field and their expertise and experience will add information to present assertions on how specialist determine the estimated prices of paintings.

The literature review has shown that experts take into account artists-, artwork-, market- and macro level factors to determine the price of an artwork. As mentioned before, Velthuis (2002, 2005) stated that specialists in the primary art market take into account these different factors in their decision-making process. He was the first to analyze the pricing process of galleries in qualitative detail and he found interesting outcomes. Therefore, I have adopted this line of inquiry in my research to find out how experts working in the secondary art market determine the estimated prices of paintings.

#### 4.2.2 Qualitative interviews

In this research I conducted information from qualitative interviews to come up with data that gave me the possibility to formulate firm answers to the stated main question and sub-questions. I used a semi-structured interview, because this method gave me the opportunity to ask open questions and therefore these answers were not limited to a certain structure. The semi-structured qualitative interviews gave experts the opportunity to elaborate their own ideas and interpretations of the art market and the auction mechanism in particular. In order to compare and generalize the collected data, it was necessary to conduct several interviews with different experts from different auction houses. In every interview, the same set of questions was used and this helped me to give a direction to every conversation. A positive side effect of the semi-structured interview method was that I had the opportunity to ask the specialist if he or she could be more explicit about his or her answer, when they answered the question to a limited extent. This would have not been possible when I would have chosen to use the structured interview method. The reason why I have chosen to use the semi-structured interview method instead of the open interview method is because I needed specific answers. An open interview usually turns into a casual conversation and that was not what I was looking for, because the interviewees needed to answer questions about specific topics. As mentioned before, Velthuis (2002, 2005) has used the semi-structured research method in his analysis about pricing scripts and therefore this is also a reason why I have decided to use the semi-structured interview method.

### 4.2.3 Questions

In the semi-structured interview several topics can be discussed. These topics are interconnected and relate to the main question the interviewer is trying to get an answer to (Baarda&De Goede&Van Der Meer-Middelburg, 2007). In the interviews I constructed different questions were used to get as much out of the interviewees as possible. To get the conversation going the first question concentrated on experience. The second question made it possible to get a greater insight in the steps that were used within the pricing process and the third question concentrated on the price determinants that were important while experts determined the price estimates. The fourth and fifth question were also interrelated and here the characteristics that the specialists paid attention to were important. The sixth question concentrated on paintings whereof experts found it more difficult to determine the estimates. The seventh question focused on whether or not experts were selective when they decided to take in paintings. Question eight concentrated on the potential buyers of the auction house and the purpose of the last question was to gather information about the difference in estimated and hammer prices of paintings sold at auction. By stating these questions, all different aspects of the auction house and the specific process that the experts run through, were discussed. The questions that I touched upon in all interviews can be found in appendix B.

## 4. 3 Collection of data

### 4.3.1 Auction houses in the Netherlands

This research started online, where I began to search for art auction houses operating in the Netherlands. I used several websites like [www.veilinghuizen.nl](http://www.veilinghuizen.nl), [www.veilingwijzer.nl](http://www.veilingwijzer.nl), [www.verzamelaars.nl](http://www.verzamelaars.nl) and [www.veiling.startpagina.nl](http://www.veiling.startpagina.nl). These websites also included auction houses that were active in other segments of the market, for example in houses or machines. However, via these websites I found around forty art auction houses that were located in the Netherlands and I tried to get in contact by sending them an e-mail. These auction houses differed in size, specialization and location. I found out that there were more auction houses located in bigger cities and most of them were active in Amsterdam. However, I also contacted the more local and some online auction houses, because I wanted to make my research as diverse as possible. It is also important to mention that I found their e-mail addresses on their websites and therefore I already knew what kind of art they were selling

and if they were specialized in paintings or in all kinds of art. Therefore, I could adjust the e-mails I send to the auction houses to their specialization. In the e-mails I send I explained my research and asked if they could help me to get in contact with someone of their organization to do an interview with. I also stated that it would be really helpful if this person was specialized in paintings. The e-mail addresses I used were mainly general e-mail addresses and I also used some personal e-mail addresses of experts in paintings. An example of an e-mail I send to an specialist of VendueHuis der Notarissen can be found in appendix A. I did not always get a reaction or sometimes the auctioneers were not interested or were too busy, but eventually I was able to conduct ten interviews with different auction houses. Also some experts I had interviewed helped me with finding other interviewees, by passing me the name or telephone numbers their colleagues.

I am convinced that the auction houses included in my sample are a good reflection of the different auction houses that operate in the Netherlands. Also the specialists told me that I have a representative collection of auction houses that are active in the Dutch auction market, when I asked them which auction house they would add to my research. Many times I could tell them that I had already interviewed experts from that particular auction house, or that I was going to. The auction houses included in my research are the two main auction houses Christie's and Sotheby's, some other relatively big auction houses, an online auction house and a small regional auction house. An overview of the specialist working at the different auction houses can be found in appendix C.

In this research I included auction houses operating in the Netherlands, because this gave me the possibility do face-to-face interviews with different experts in a short period of time. Each time I visited an auction house, I felt the special surrounding and all the experts were extremely polite and helpful. This is not what I expected, because I thought auction houses were strict and firm institutions and not the open communities they now seemed to appear. It is also important to mention that Sotheby's does not have an auction house in the Netherlands anymore since 2011 (NU.nl, 2011). However, they still have a small office located in Amsterdam. This means that the experts I interviewed still determine the prices of paintings, however these artworks are not sold at Dutch auctions anymore. Although, Sotheby's does not sell in the Netherlands anymore, their specialists still determine price estimates of paintings and therefore their opinions are still important.

#### 4.3.2 Specialists

I have had the opportunity to interview ten different specialists, working at different auction houses, who all were experienced in estimating prices of paintings. However, I interviewed two experts of the auction house Sotheby's. All the experts I interviewed were experienced, this could be through education or learning-by-doing. I interviewed Old Master specialists, 19<sup>th</sup> century specialists and also directors of auction houses. Although this could mean that it is difficult to find one specific answer to the questions I stated, I believe that a diverse sample is more interesting, because this makes it an exciting affair to see if it is possible to come up with similarities. An overview of the specialist I interviewed can be found in appendix B. Also other information about these experts can be found in this appendix.

#### 4.3.3 Interviews

In this research I had the opportunity to record eight out of ten interviews. VendueHuis der Notarissen located in The Hague, was the only auction house that did not want me to record the conversation. However, I was able to write down the answers during the interview and I send the detailed notes to both experts I interviewed. This interview was also the only interview I had with two persons at the same time. By sending the detailed interviews to both experts, they had the opportunity to make adjustments or add information, because it could have been possible that I interpreted their answers the wrong way. They both made really small adjustments, but this mainly had to do with the names and the anecdotes of artists they touched upon in their examples. Although this interview can be seen as one, I will use the answers given by the experts of VendueHuis der Notarissen as if it were two separate interviews. I made this choice, because sometimes their answers were similar but there were also moments when they stated another answer and therefore I believe it is possible to see the interview as two separate interviews.

I also have conducted nine out of ten interviews in person. I interviewed the expert of auction house Atelier57 Kunstveilingen through the telephone, because he had a sale coming up and therefore he was busy. However, I was still able to record this interview.

#### 4.4 Quality and limitations of the research

Reliability and validity are important criteria in establishing a quality research. Reliability has to do with the degree by which a study can be repeated. This is a difficult criteria to meet in qualitative research, because it is impossible to freeze a social setting and the conditions of an

interview (Bryman, 2012). However, several strategies are introduced over the years in order to approach a similar social role that was adopted by the original researcher. In a situation wherein a person is interviewed it is therefore important to be aware of the different aspects that could have an influence on the answers that person comes up with. A person can for example give other answers to the questions of the interviewer when his colleague is in the same room. This person might give more correct answers, than he would have done when he was interviewed in private (Bryman, 2012). This difficult issue could be the case in the interview I did with the two experts of VendueHuis Der Notarissen in The Hague. However, the experts suggested to do the interview with the two of them and therefore I accept the possibility of another outcome.

Validity concentrates on the degree to which findings can be generalized across social settings (Bryman, 2012). Therefore, it is important to have multiple studies or interviewees that provide the researcher with information obtained from various sources. Another important aid to make the validity of an interview credible, is to use record equipment. Audio- and video recordings are very useful, because the researcher can listen to the interview time and time again and therefore the quality is almost maximal (Baarda et al., 2007). All the interviews I conducted in person were recorded with my iPhone and also the interview I did over the telephone was recorded with my iPhone, because I used another phone to call the expert.

A limitation to any research can be that the literature that is used to come up with a answer to the questions presented, had become less reliable. Nowadays the art market is different than twenty years ago and therefore information can get out of date. However, every researcher likes to add something to existing research and therefore previous research is still a reliable source to build a new research on.

#### 4.5 Data analysis

In this section, the data I conducted out of ten interviews with experts working at different auction houses, is examined. The data is presented by subject, because in this way it is possible to compare the answers of one expert to another and therefore similarities and differences can be found. However, I will not present all the different topics I mentioned earlier. I found out that not all answers contributed to a better understanding of the pricing process specialist go through. Therefore, I will concentrate on the outcomes of question two, three, four, five, six, seven and nine. In addition, I made a slightly change in the order of the

questions, because I will start with question seven and then present the other questions. I made this change, because before starting the pricing process experts need to be selective about which paintings they take in.

#### 4.5.1 Selection process

Question seven tried to find a better understanding of the selection process that experts go through. Although the literature does not provide information about the selection process experts go through before they start the pricing process, I believe several artist-, artwork-, market- and macro level factors are already taken into account in this process. Therefore, a short recapitulation of the factors mentioned in the literature that have an influence on the pricing process are presented in table I.

*Table I: Price determinants according to the literature*

Artist	Artwork	Market	Macro
Role within history	Authenticity	Rarity	Economic situation
Artistic movement	Provenance	Institutions and their fame and geographical region	Media
Style	Artistic quality	Buyers	Digitalization
Reputation	Subject	Sellers	Taste of buyers
Oeuvre	Size	Experts	
Achievements	Technique		
Past selling prices	Condition		
Mediums	Time of creation		
Age			
Gender			
Nationality			
Signature			

Now that the price determinants are clear, the responses of the specialists will be presented.

Marjolein Regout stated that she is selective because a painting needs to have a certain price-quality rate. She also mentions that she does not take in paintings that are in bad condition or paintings that would only realize a price of 100 euro. Arthur Brouwers stated that he only takes in paintings of renown artists that can be found in the RKD (Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie). He also mentioned that he is selective when it comes to the expectation of potential buyers. This means that he pays attention to the taste of the potential buyers. Eveline van Oirschot and Martine Lambrechtsen mentioned that they have become more selective, because Sotheby's does not sell in the Netherlands anymore. Therefore, they need to be sure that a painting will sell in London and New York. In addition, Eveline van Oirschot argued that she also has become more selective when it comes to condition, because potential buyers do not buy paintings that are in bad condition anymore. Martine Lambrechtsen stated that she needs to be selective, because not all paintings are sold as easy as they used to. She mentioned that this is due to the crisis and that buyers are therefore more selective. Cees Timmermans argued that he does not take in paintings that are reproduced. Sophie Bremers also stated that she has become more selective. In addition, she mentioned that when she does not agree with the price the seller wants to get, she does not take in the painting. Also Frederik Baerveldt said he is selective, because he does not want to auction false paintings. He also stated that he is looking for quality and therefore he rather does not take in paintings that will sell for only 100 euro. In addition, he argued that he does not take in pornography and everything that has to do with the Second World War, because he does not want to be related to these objects. Martijn Janssens is also selective and therefore he stated that a painting has to sell for a minimum price of 250 euro. In addition, he argued that every painting needs to be created by a painter that is mentioned in the "*Pieter Scheen*". Talita Teves said that she is selective and therefore she only takes in works with a minimum around 1.000 euro.

It can be concluded that every specialist is selective in his own way. They need to be selective and determine quality, otherwise they would not sell paintings for the prices they do now. Although, it is important to mention that Arthur Brouwers and Cees Timmermans both auction paintings à tout prix, which means that the bidding can start from 1 euro.

#### 4.5.2 Pricing process

The focus of the second question was the pricing process that art experts go through when they see a painting for the first time. To come back to the literature, Olav Velthuis (2002,



2005) introduced the term 'pricing scripts' and stated that art dealers use these scripts to determine the prices of artworks. He states that pricing scripts can be seen as 'a set of routines which function as a cognitive manual for the variety of pricing decisions that a dealer needs to make in different stages of an artist's career' (Velthuis, 2002, p.52). The determinants presented in table I in the previous section are used in the pricing scripts Olav Velthuis refers to. The answers given by the experts are presented to find out if these experts also use pricing scripts to determine the price estimates of paintings.

Chris Vellinga described his pricing process in the following way:

"(...) first of all you start with distinguishing false from real, to see if the painting is made by the particular artist or not (...), because when it is real, the price will be higher, than when the painting turns out to be made by an unknown painter (...), I consult the RKD, here I investigate if a painting has been part of a renown collection or at which auction it was sold. It is also important find out what has been written in the literature"

Marjolein Regout also mentioned that the provenance is important and that a painting with signature is often worth more money. Although, she also stated that valuating a painting is always a consideration, because sometimes the signature is more important and in another situation it is the name of the artist that increases the value. Arthur Brouwers mentioned that he needs to answer three questions:

"(...) who is the artist, what is the condition and what is the provenance? (...) although the first thing you do is determine whether or not it has a certain degree of value. This has to do with quality. I can find something extremely ugly, but I can still recognize if it has quality"

Eveline van Oirschot stated that she first looks at the general quality of a work and if it is painted well or not. She also mentioned that the artist, his oeuvre, a signature and the condition are important. In addition, she stretched the importance of the subject:

"(...) it is better to have a calm sea than a shipwreck, that is much nicer to look at. You can better have animals that are alive instead of dead fishes. It is better to have a beach scene with playing children than a funeral. It is better to have a light painting than a dark one"

In addition, she argued that people want to buy paintings that match their interiors. Eveline van Oirschot also mentioned that provenance is important. Martine Lambrechtsen argued that she first pays attention to what she sees and if the painting is signed. She also said she looks at the condition, the quality, the subject and if she is able to relate it to a certain movement. Cees Timmermans mentioned he first looks at the quality of the painting and if it is false or real. Also the material and signature are important in his price determination process. He also stated that he consults the RKD or one of his colleagues. Sophie Bremers argued that she first relies upon her “gut feeling” to see if a painting has quality. She also said that with Old Masters it is important to do research, because most paintings are not signed and when they are signed it could be a false one. In addition, she said she looks at the condition and provenance. Sophie Bremers explained more about the weekly meetings they have:

“(…) I do not know if other auction houses also do this, but I think it is wise to do (…), it is very important to look at it with the whole team (…), when people send photographs we will sit down and ask each other what do you think? And you do not show your own estimates written on a post-it. It is a game, because in everything you will be influenced by what other people think. When you think something is worth 8.000-12.000 euro and you hear that someone else says 30.000-50.000 euro, than you will probably think I have estimated it the wrong way (…) you need to be convinced of your own knowledge, but when you see that you are the only one with 8.000 euro and the rest all estimated the painting at 30.000 euro, than you know you need to pay a little more attention to certain factors”

She also stated that she uses Artnet.com to look at similar paintings, what their prices were, what the estimates were and what the hammer prices were. A different approach was explained by Frederik Baerveldt who stated that:

“(…) if I see a painting for the first time, I do not want to know the name. I do not start with that, because that influences my thoughts. I want to built my price estimates on what I see, is it painted well? Are there any mistakes in the painting? (…), a name is just a name, depth is also important. Then you will look at the name and then you have a basis. So in contrast to others I do it differently (…), you look at the front and the back of the painting and at that moment you can determine the condition (…), of course if you know as an expert that it is the Coolsingel in Rotterdam, the painting is worth more than when it is just a street with houses (…), you also look if it is unclean this also has an influence on the price. My advice is when

you have a painting you want to put up for auction, never clean it, because a buyer at an auction wants to buy a painting that comes directly from the wall, I believe that when you clean a painting the wrong way, it will sell for less (...), people want to discover a painting”

Frederik Baerveldt also argued that he looks at the signature, but that this signature can also be false. He also mentioned that he will take a tip measure to determine the size of the painting. In contrast to the others, he also stated that it does not interest him where someone has bought a painting. In his pricing process Frederik Baerveldt always uses the *Pieter Scheen*, which he called the “painters bible” to find out more about the life of a painter.

Martijn Janssens stated that he first looks at the quality of the work. Then he will look at the name of the artist and in addition he uses UV-light to determine the condition and authenticity. He also said he looks at the RKD to determine the provenance of the painting. Talita Teves described her pricing process in the following way:

“(…) I start with the name, this is actually very sad, names have become more important. So you start with the name, then if it is a good work (...), you want the subject where someone is loved for (...), also very important is the condition (...), you first look at the name and then you start looking for things that will decrease the price”

A short recapitulation can be made about the pricing process described above. All experts mentioned that they looked at the quality, the artist and the condition of a painting. They also emphasized that the reputation of the artist is very important. In addition, the provenance, technique, material, signature, oeuvre and subject were also mentioned as indicators that have an influence on the price. Therefore, it can be concluded that experts use pricing scripts, however, they differ from expert to expert.

#### 4.5.3 Price determinants

The third interview question concentrated on the price determinants that art specialists concentrate on when they determine the price estimates of a painting. In addition, the fourth and the fifth question wanted to examine whether specialists look at the same price determinants when they state the price estimates of another painting. As an example, I asked

them if they though experts looked at different characteristics when they needed to determine the price estimates of an Old Master painting and a Contemporary painting.

As mentioned in the previous section, there are different features and factors that determine the price of a painting and they can be categorized into four categories: artist-, artwork-, market- and macro level factors. For a more detailed presentation of these factors see table I. Although there are differences between the pricing process, which are steps, and the price determinants, which are price determinants, they are also highly interconnected. Therefore, the answers presented in this section will probably overlap with the answers in the previous section. However, it is important to take into account all the answers these specialists have already given in the previous section and combine them with the answers I will present now. Because only then, it is possible to understand the complete pricing process. The answers to the third question will be presented first.

Marjolein Regout argued that every painting is different, but that she always looks at the artist, his oeuvre, the taste of the audience, the condition, the time period in which the painting was created and the artistic quality. Chris Vellinga also mentioned that the artist, his oeuvre, the taste of the audience, the condition, the time period in which it was created and the artistic quality are important to look at. Arthur Brouwers stated he examines whether it is a fresh-to-market piece, in which time period it is created and if it is in good condition. He also mentioned that he uses his “fingerspitzengefühl” and consults Artprice.com. Eveline van Oirschot stated that she looks at the quality of the painting, the artist, his oeuvre, the signature, the condition and the subject, when she determines the estimates of a painting. In addition, she argued that the time of creation and the taste of the potential buyers are important to look at. Martine Lambrechtsen concentrated on the artist and his oeuvre, the taste of the potential buyers, the subject and condition of a painting. Cees Timmermans said he looks at the quality, the signature, the condition, the artist, past selling prices, the market and the taste of potential buyers who live in the surrounding region. Sophie Bremers said she always looks at the condition, because she notices that this has become more important for potential buyers and that estimates needs to be realistic. In addition, she mentioned that the artist, the subject, its provenance, prices of similar works and the taste of potential buyers are important price determinants. Frederik Baerveldt stated he looks at the quality, the condition, the artist, the signature and the subject. He also stretched that it is really important to examine the painting in real life:

“(…) I think it is impossible to determine the price estimates of a painting by looking at a photograph. I know it happens, but I do not agree with this method. Because from a photograph you cannot determine the size. How do you know if a painting is this big or this big? It is also completely different when I see a painting on a photograph or in real life, because a picture does not show the back of the painting. A painting also has a completely different impact in real life, than when I see it on a picture, for example that flower painting (….) I also always say I just give an indication of the price and when I see something in real life my price estimates can turn out to be right or wrong”.

Martijn Janssens argued he determines the price estimates of a painting by looking at the quality and the subject, because he states that a painting of a woman is easier to sell than a painting of a man with a beard. He also mentioned he pays attention to the taste of the potential buyers, which needs to be in line with the current interiors. Talita Teves also stated that she takes into account the taste of potential bidders.

The fourth question concentrated on whether or not experts always use the same pricing scripts. All specialists stated they base their judgment on the same factors. Although, Talita Teves said that she is stricter in her evaluation when it comes to artists that are less popular. She mentioned that she will be less strict when she needs to determine the price estimates of a Picasso painting for example.

The purpose of question five was to find out if experts think there are differences in evaluating an Old Master painting or Contemporary painting. Marjolein Regout stated that there is more knowledge required to determine the estimates of an abstract painting in contrast to “the water lilies of Monet”. Chris Vellinga also believed knowledge is important and stated:

“(…) the first time I saw a Modern painting, I thought the artist just draw some scribbles on canvas, but after a while, if you pay more attention, you start to appreciate it and it turns out that those scribbles have a meaning”

Eveline van Oirschot said that Old Masters and Contemporary paintings are completely different fields. She argued that the name of the artist is harder to determine for Old Master paintings in contrast to Contemporary paintings, because Old Master paintings are often not

signed. In addition, she mentioned that research is very important for Old Master paintings to determine the history and provenance of the artwork. Martine Lambrechtsen said that it is hard to make a distinction between Old Masters and Contemporary paintings, but she believes the hype surrounding the artist is more present in the Contemporary field. Cees Timmermans mentioned that the condition is more important for Old Master paintings and that it is harder to determine whether a painting is false or real in the contemporary field. Sophie Bremers, Martijn Janssens and Talita Teves said that the difference in condition is an important factor to pay attention to. They stated that Old Master paintings are normally re-canvassed and that this is widely accepted. However, when a Contemporary painting is re-canvassed its value will drop.

The general conclusion that can be drawn from the answers presented above, is that they actually do not differ from the conclusion of the previous section. Although, some more price determinants became clear. It is fair to say that art specialists all use pricing scripts during their pricing process, although they differ from expert to expert.

#### 4.5.4 Difficulties

The sixth interview question concentrated on the difficulties specialists have to face when they determine the price estimates of a painting. As presented in the previous section, the specialists have already mentioned a lot of factors. By stating this question, I wanted to find out how much influence the market- and macro level factor have on the price estimates. A short recapitulation based on the literature review will now be presented. Some researchers have argued that specialists set lower price estimates to attract more bidders (D'Souza&Prentice, 2002; Lourgand&McDaniel, 1991; Mei&Moses, 2005; Pardo-Guerra, 2011). In addition, art experts set higher estimates in order to take in maximum commissions and premiums (Mei&Moses, 2005). Almost all auction houses use the English auction method. Here the bidding starts low and the auctioneer calls out higher prices until the bidding stops (Ashenfelter, 2003). This bidding model is also used by all auction houses included my sample. In addition, Mc Andrew (2012) pointed out that competition between art dealers and auction houses has increased over the years. In earlier times, auction houses were wholesalers but they have turned into retailers, which traditionally was a dealer's practice. Nowadays, auction houses also organize more private sales auctions, than in the 1980's and 1990's (Mc Andrew, 2012). Now that the main conclusions from the literature are presented the answers of the specialists will be examined.

Chris Vellinga stated that the hammer prices fetched at auction can be very different from the estimates stated in the pre-auction catalogues because:

“(…) An auction house, and therefore the specialist, can be seen as a mediator who sets estimated prices for a painting, but eventually the market will determine the prices at auction. Buyers are definitely important. When they are in the middle of a chaotic auction, they will make different decisions than they had in mind, or they are influenced by other bidders. Bigger auction houses can also state higher estimates (…). There is also no continuous flow of sellers and buyers. Therefore, every auction is different and paintings can be sold for much higher prices than the price estimates, when more consumers are interested”

In addition, Marjolein Regout said that the taste of buyers has an influence on the price estimates. She mentioned that nowadays people want to buy Modern paintings instead of Old Masters. She also said this has an influence on the estimates and she argued that the value of a painting can drop from for example 3.000 euro to 1.500 euro, because the market has changed. In addition, she said that certain movements have decreased in price because taste is related to generations. Arthur Brouwers said he finds it difficult to determine the price estimates of artists that have no auction history. He determined the estimates of Contemporary artworks by looking at their gallery prices. In addition, he stated he determines the estimates of a painting made by a forgotten artist in a different way:

“(…) I will automatically estimate this one lower, because I want to sell it, but sometimes you see that this work sells for much more than the stated estimate prices. For example, I estimated that work at 200 and it was auctioned for 1.150. You see, I was wrong, but that is what auctions do. The market eventually determines the value and not the specialist. You can estimate something for an X amount of money, but when no one shows up, it obviously was not the right estimate”

He also mentioned that he will set higher price estimates when he knows there are potential buyers for a work of art. Eveline van Oirschot stated that nowadays people pay more attention to the estimates stated in the catalogues because:

“(…) people hesitate more about buying art and therefore specialists need to make the price estimates as attractive as possible, to make sure more bidders will come to the auction. This will eventually lead to a better hammer price (…) this has always been the way auctions work. The lower the estimate, the more people will start to bid. This leads to better results. This is also the play of the auction. Nowadays, it is harder to attract bidders, but we try to make our estimates as attractive as possible. Although, this is not always possible because the sellers set a reserve price. These sellers do not want to risk that someone buys their artwork for less than they had in mind. Because that is the risk you take, when you set a lower estimate”

Eveline van Oirschot also argued that 25-30% of all art that is put up for auction is not sold and that these artworks need to be stored for a while before they can be put up for sale again. She also stated that nowadays everyone is able to find auction information online. Therefore, she argued it is important to sell an artwork the first time. In addition, she mentioned that the internet also has had a positive effect on the prices of art, because now everyone can bid online. The positive effects of the internet have also been stretched by the other specialists. Another trend Eveline van Oirschot mentioned is that Sotheby's looks for individual buyers that are interested in their art pieces:

“(…) this is done because some sellers do not want that other people know they want to sell their artwork. At a normal auction you start low and then you raise the price. At private treaty's you start with the highest amount of money, although this still needs to be a reasonable price. And then you start looking for potential buyers, one by one (…) this is sort of a new method, actually more the art dealer method”

Martine Lambrechtsen mentioned that research is very important, she stated:

“(…) when you estimate something at 10.000-15.000 euro and it is sold at auction for 100.000, you definitely missed something. Therefore good research is important. It is no hard science, it also is a feeling. You also look at the market. For what prices similar works have been sold. It is also possible that something that was sold years ago has decreased or increased in price”

In addition, she mentioned that she states lower price estimates, because of her experience she knows it will sell for a higher price. But in this way she attracts more potential buyers.



Also Sophie Bremers mentioned research is very important and that Arnet.com is a great help in comparing similar paintings and looking up previous sales prices. She also mentioned that the taste of the consumers has changed over the years. She argued that after 2007, the prices for 19<sup>th</sup> century paintings have decreased. In addition, she mentioned that she sets lower price estimates to attract more potential buyers because they strive for the highest hammer price. Sophie Bremers also stated that she might state higher price estimates when she knows there are potential buyers for a painting.

Cees Timmermans argued that is easier to set an estimate when there is reference material available. He also mentioned that his personal taste has an influence on the estimates, he states:

“(...) you like some things better than others and therefore I will set a higher estimate. You may think, this is special, but it could be that that it is made by an unknown artist, but you appreciate it very much (...) the market value would be lower, but when I think it is a good painting I will set a higher estimate, instead of only looking at the market value”

In addition, he stated that he will set lower price estimates in consultation with the seller. Sometimes he advised to set a lower estimate when the seller really wants to sell a painting.

Also Fredrik Baerveldt stated that the personal taste of the specialist has an influence on the price estimates because:

“(...) a specialist is human too, I believe when he needs to evaluate something he does not like, he will set a lower price estimate. In this way you have an influence on the price. If you do not like cows, I believe you will set a lower estimate for a painting with cows in it. And when you set a lower estimate, a lower target price is set and by doing this you have influenced the hammer price. Because people look at price estimates and are influenced by these prices (...) on the other hand, a lower price estimate can also be a tactical move to attract more bidders. An auction is psychological (...) so tactical moves are present, but you cannot control the hammer price. I believe most specialist are aware of this”

Frederik Baerveldt also mentioned that too low price estimates can have a negative outcome on the potential bidders, because people might think that the painting is not real. He also stated that specialists set higher price estimates for works they like and that this also has an influence on the potential buyers, because they think high price estimates equals high quality and therefore they might get interested too. In addition, Frederik Baerveldt said that the subject of a painting and local factors also have an influence on price estimates:

“(…) I suggest that you do not put a painting of Evert Moll, who always paints cityscapes of Rotterdam, up for sale in Amsterdam. This is not a good idea, this is a local factor. I believe that a painting of Rotterdam will be auctioned for less, than a painting of Amsterdam in Amsterdam (…) Smorenberg has always lived near de Loodrechtse plassen and is therefore world-famous in het Gooi. A Dirk Smorenberg will be sold for a higher price than in Rotterdam. A painting of Evert Moll will be auctioned for more in Rotterdam. I also have rejected American paintings, because they are worthless in the Netherlands, so I contacted Sotheby’s in America.

Baerveldt also stated that the price of an artwork has to do with taste and trends, because antique weapons for example are not popular in the Netherlands. He argued that this is because Holland does not own weapons. Frederik Baerveldt said that it is better to auction these weapons in London, because people in London are willing to pay ten times more money for it. In addition, Frederik Baerveldt mentioned that seasons are also important in auctions. He stated that a summer-painting will be valued higher in the summer than in the winter. Baerveldt also said that taste has to do with the contemporary interior and that people nowadays want to buy light paintings that match their interiors. He mentioned that therefore these prices increase, while the prices of dark paintings decrease. He also mentioned that the information about a painting stated in the catalogue matters, the more information is presented the higher the price will be. Frederik Baerveldt also stated that the day of the auction matters, because people who buy paintings love football. He said that these matches are played at Wednesday and therefore he never organized a painting auction on Wednesday. In addition, he said that people who like silver are not interested in football and therefore he auctioned silver at Wednesdays and paintings on Tuesdays. He also stated that the location within the auction house has an influence on the price. Baerveldt argued that paintings that are presented in the basement will be valued less, than paintings that are presented near the entrance of the auction house. In addition, he mentioned that is important in which order the paintings are put

up for sale and that the way the auctioneer talks also has an influence on the price. To conclude about factors that have an influence on the price, Frederik Baerveldt stated that there are several factors that influence price, however, an auction remains uncertain, because the price that comes around today, can be different tomorrow. However, he also mentioned that he finds it more difficult to determine the price estimates of Modern and Contemporary paintings. In addition, he argued that there is a big difference in gallery prices and auction prices. He said that when a painting is bought in a gallery for 4.000 euro it only brings up a minimum of the price at auction.

Martijn Janssens and Talita Teves mentioned that they find it difficult to determine the price estimates of less known painters. In addition, Martijn Janssens stated that it is better to set a lower price estimate to attract more bidders. Talita Teves argued that the taste of the potential buyers has an influence on the price, because when she knows there are potential buyers that like a certain painting, she is willing to set a higher price because she knows people are interested.

To conclude this section, the comparison of the literature review and the answers of the experts offered several similarities. Almost all experts mentioned that they set lower estimates to attract more bidders. Although, their personal taste also plays an important role in setting price estimates. Some experts say they set higher estimates for paintings they like and lower estimates for paintings they do not like. One expert also stated that paintings are sold for higher prices in certain countries or cities. This can be linked to the statement that the law of one price does not hold in the art market. One of the experts of Sotheby's mentioned that Sotheby's is involved in private treaty which was also argued by Mc Andrew (2012). In addition, the taste of potential buyers is mentioned by all experts to have an influence on the price estimates. They all concluded that eventually the potential buyers, and therefore the market, determines the hammer prices at auction.

#### 4.5.5 Career

Question nine had to do with a sale that the experts still remembered, because of the special painting that has been sold or the unique situation surrounding this particular auction. As mentioned before, price estimates are used as an indication of the eventual hammer price. Therefore, it is interesting to see which anecdotes they have chosen to tell me. However, I will

only present three of them because they were all interesting, but these stories differed very much. The stories of the other experts can be found in appendix E.

Martine Lambrechtsen came up with a success story about a painting of Adriaen Coorte, who lived in Middelburg. She stated that this painter had made two still lives, one with a basket of strawberries and one of a shelf with two apricots, a peach and a butterfly. In addition, she mentioned that this painter had become extremely popular in the last 30 years. She also stated that the Rijksmuseum also has a painting of Adriaen Coorte. Martine Lambrechtsen explained that Adriaen Coorte created his paintings between 1692-1708, but that they are painted in a modern way. In addition, she said that the family who wanted to sell the paintings almost threw them away. Martine Lambrechtsen mentioned that they eventually decided to call and she told me the following with a smile on her face:

“(…) We estimated them at 10.000-15.000 euro per piece and eventually they were sold for 1.3 million euro and 1.35 million euro. Then some people say that we have not estimated them correct. But in that case, yes sure, we also knew we estimated them very cautious, I hoped they would sell around 400.000 euro (…), but that they would be sold for this much, that was unbelievable (…), we had to be cautious with our estimates, because the family had no idea and we did not wanted to overwhelm them”

Cees Timmermans told me a story about a portrait that was not signed and also the technique that was used was not really well performed. However, he stated there were several people who wanted to buy it, maybe because they thought it was made by a popular painter. Cees Timmermans stated:

“(…) I estimated it around 60 euro and eventually it was sold for 2.000 euro”

Martijn Janssens came up with a story about two painting of a Jewish artist called Sal Meijer. Martijn Janssens stated that he estimated these paintings around 10.000-15.000 euro, because the seller wanted a minimum of 10.000 euro and they were popular, so a high price estimate was required. Martijn Janssens told me what happened next:

“ (...) Afterwards we can say that the price estimates were too high, 6.000 would have been realistic. And then you would probably have sold it. And maybe for the estimated 10.000 euro. But with these estimates you have scared potential buyers”

From the stories mentioned above, it can be concluded that although art specialist try to come up with the best estimates for a painting as possible, they do not control the market. It can be concluded that potential buyers determine the hammer prices for which a painting is sold. In addition, when potential buyers are not willing to buy a painting for a certain amount of money the painting will not be sold.

#### 4.6 Conclusion empirical research

This section comes up with the hypotheses that were presented before and now that the answers of the specialists are examined, these can be confirmed or rejected. At the same time, the confirmed or rejected hypotheses give answers to the sub-questions.

Hypothesis one: specialists working at auction houses use pricing scripts to determine the estimates of paintings.

Hypothesis one is confirmed, because it can be concluded that specialists definitely use the ‘pricing scripts’ introduced by Velthuis (2002, 2005), when they determine the price estimates of paintings. Although they all used different pricing scripts, a lot of similarities were found. Also my explanation that specialist look for reference material to base their estimates on was correct. The experts all said that they consulted one of the following sources: Artprice.com, Arnet.com, Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie or the *Pieter Scheen*.

The price determinants mentioned by the experts are presented in table II. This table is shown on the next page to view all the determinants at once.

*Table II: Price determinants according to specialists*

Artist	Artwork	Market	Macro level
Reputation	False or real	Buyers	Taste potential buyers
Signature	Artistic quality	Sellers	Digitalization (including Artnet.com, Artprice.com, RKD)
Oeuvre	Condition		Local factor (geographical region)
Artistic movement	Provenance		Gallery prices
Role in history	Technique		Personal taste specialist
	Subject		Seasons in which the painting is being auctioned
	Material		Information presented in pre-action catalogues
	Past price estimates and past selling prices of the artwork and similar artworks		Day within the week the auction takes place
	Authenticity		The way the auctioneer talks within the auction
	Time of creation		
	Fresh-to-market		
	Reserve price		
	Location of the artwork within the auction house		
	Order in which the artwork is put up for sale		

Hypothesis two: specialists pay attention to different price determinants to determine the price estimates of paintings.

Hypothesis two is not entirely confirmed, because although the experts paid attention to different price determinants, they also looked at the same basic price determinants. They looked at the name of the artist, the artistic quality and the condition of the painting and whether the painting was false or real,. My explanation that specialist look at different price determinants because they use different strategies and have different audiences was not mentioned in the interviews.

Hypothesis three: specialists pay attention to different price determinants when they need to determine the price estimates of Old Master paintings and Contemporary paintings.

Hypothesis three is also not entirely confirmed, because although the specialist looked at different price determinants, they stated that they found some determinants more important than others when they had to compare Old Master paintings and Contemporary paintings. Most specialists mentioned that the condition was the most important price determinant to look at. This also had to do with the time of creation of the paintings. In addition, some specialists mentioned that it was more important to do research on Old Master painting than on Contemporary painting. Therefore, my assumption that specialist pay more attention to the artistic quality and subject of an Old Master painting was not correct. Also my explanation that experts pay more attention to the meaning is not confirmed, although one of the experts mentioned that it is important to do research on the meaning of a Modern painting, because they are harder to understand.

Hypothesis four: specialists pay more attention to artist related-, or artwork related-, or market related- or macro level factors.

Hypothesis four is rejected, because the experts did not come up with one of the four earlier mentioned categories as most influencing. However, most basic determinants that were mentioned are artwork related. These determinants were whether the painting was false or real, the name of the artist, the artistic quality and the condition of the painting. Also the explanation I stated is not mentioned, although the specialists of Sotheby's argued that they needed to look at the taste of the potential buyers abroad and therefore it can be said that they find the macro level factor the most important one. However, they have not explicitly mentioned this argument.

Hypothesis five: the personal taste of specialists has an influence on the price estimates of paintings.

Hypothesis five is confirmed, although not all experts mentioned that their personal taste had an influence on the estimated prices they state. Most of them said that they would set higher

estimates for paintings they like and lower estimates for paintings they do not like. Therefore, my explanation of hypothesis five was also correct.

Hypothesis six: potential buyers have the biggest influence on the hammer prices fetched at auction.

Hypothesis six is confirmed, because according to the specialists potential buyers have the final word about the hammer prices fetched at auction. They determine whether a painting is sold or not and for what price. This also has to do with the chaotic surrounding of the auction, where bidders do not want to give up once they started bidding. Therefore, my explanation of this last hypothesis was correct.



## 5. Conclusion

### 5.1 General conclusion

Now that the sub-questions are answered, it is time to answer the main question of this thesis:  
*How do specialists working at auction houses determine the price estimates of paintings?*

Most researchers divide the art market into two interrelated spheres. These art markets are both characterized by the intermediaries that are active in these segments. Besides the many differences, the gallerist and the art expert, both have to determine prices or price estimates of artworks. Because this research concentrates on the price estimates of paintings, the rest of this conclusion will concentrate on fine arts. In their pricing process, both specialists use their expertise and experience, but also measurable price determinants are used to come up with prices and price estimates. These measurable price determinants lend structure and stability in the uncertain art environment, where different factors have an influence on the realized prices. Despite the use of these pricing scripts, it is not guaranteed that the prices will turn out the way they were estimated. In the primary art market, art dealers have the disadvantage that they have no reference material to base their prices on. In the secondary art market, art specialists are able to look at past selling prices of the same, or a similar work of art, to come up with a judgment. However, this does not make it easier to determine the estimates of a painting, because art auctions are highly unpredictable. It is always possible that a painting is taken in and when this happens, its value decreases. The internet has also changed the traditional structure of the art market. The market has become more transparent, because information about past selling prices and upcoming sales are now available online for both sellers and buyers. A positive outcome of this development is that it is easier for auction houses to get in touch with potential buyers from all over the world. However, because of this transparency, everyone knows when art specialists estimated a painting too high or too low. Although art experts use certain methods to set price estimates, the realized prices at auction are determined by the potential buyers. The taste of these bidders determines the high or low estimates of a painting and also the chaotic environment, where bidders will start to outbid each other, can drive up the price. Therefore, it can be concluded that pricing scripts do help specialists in determining price estimates of paintings, but they do not hold the truth about the hammer prices fetched at auction.

### 5.2 Limitations and recommendations for further research

In this research process, I learned a lot about how auction houses work and how specialists set their price estimates. I found it interesting to notice that pricing scripts were used and that the price determination process sometimes seemed calculated. However, as mentioned in the conclusion, the auction market remains an uncertain environment and therefore even specialists cannot predict the hammer prices fetched at auction. During this inquiry, I also realized that it has some limitations. A limitation can be that I only concentrated on paintings and therefore the pricing process of other artworks was excluded. I would like to recommend to compare the pricing process of painting to other works of art to see if there are any differences in the price determinants that are used by the specialists. Another limitation can be that this research only focused on art specialists working at auction houses operating in the Netherlands. It turned out Holland is not much of a resale country compared to rest of the world. Therefore, I would like to state that it would also be interesting to see how specialists in the UK or China determine the price estimates of paintings, because of their huge market share. Besides these recommendations, I also want to elaborate more on the way my interviews came around. For further research on how art specialists determine the price estimates of paintings or other works of art, it would be nice to take an artwork with you and ask the expert to determine the estimates right on the spot. In this way it is possible to watch the specialist during his pricing process. When auction houses from different geographical regions are included in the sample, the law of one price can be tested.

## Literature list

- Abbing, H. (2002). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Acheson, K. (2003). Globalization. In Towse, R. *A Handbook of Cultural Economics* (248-254) Edward Elgar.
- Alexander, V.D. (2003). *Sociology of the Arts. Exploring Fine and Popular Forms*. Blackwell Publishing Ltd.
- Anderson, R.C. (1974), Paintings as an Investment, *Economic Inquiry*, 12(1): 13-26.  
DOI: 10.1111/j.1465-7295.1974.tb00223.x
- Arora, P., & Vermeulen, F. (2012). The end of the art connoisseur? Experts and knowledge production in the visual arts in the digital age. *Information, Communication & Society*, 16:2, 194-214. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2012.687392>
- Ashenfelter, O. (1989). How Auctions work for Wine and Art. *The Journal of Economic Perspectives*, 3(3), 23-36. Consulted at <http://www.jstor.org>
- Ashenfelter, O. (2003) Art auctions. In Towse, R. *A Handbook of Cultural Economics*. (pp. 32-39) Edward Elgar.
- Ashenfelter, O., & Graddy, K. (2006). Art Auctions. In Ginsburgh, V.A., & Throsby, D. *Handbook of the Economics of Art and Culture* (pp. 909-945) North-Holland.
- Artprice. (2008) *The Contemporary Art Market 2007/2008. Annual Report*. Consulted at <http://imgpublic.artprice.com/pdf/fiac08en.pdf>
- Baarda, D.B., & De Goede, M.P.M, & Van Der Meer-Middelburg, A.G.E. (2007) *Basisboek interviewen: handleiding voor het voorbereiden en afnemen van interviews*. (second edition) Groningen: Wolters Noordhoff.
- Baumol, W.J. (1986) Unnatural Value: or Art Investment as Floating Crap Game. *American Economic Review*, 74, 10-14. Consulted at <http://www.jstor.org>
- Bauwens, L., & Ginsburgh, V. (2000). Art experts and auctions: are pre-sale estimates unbiased and fully informative? *Recherches Economiques de Louvain/Louvain Economic Review*, 66,131-144. Consulted at <http://www.jstor.org>

- Becker, H.S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press.
- Berkhout, K., & Rosenberg, E. (2011, 26 Ma.) Samen bieden, samen delen. *NRC Weekend*.  
 Consulted at <http://www.nrc.nl>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods*. (fourth edition). Oxford University Press.
- Campos, N.F., & Barbosa, R.L. (2008). *Paintings and Numbers: An Economic Investigation of Sales Rates, Prices and Returns in Latin American Art Auctions*. (Discussion paper).  
 Consulted at <http://ftp.iza.org>
- Candela, G., & Scorcu, A.E. (1997). A Price Index for Art Market Auctions: An Application to the Italian Market of Modern and Contemporary Oil Paintings. *Journal of Cultural Economics*, 21(3), 175-196. Consulted at <http://link.springer.com>
- De Marchi, N., & Van Miegroet, H.J. (1994). Art, Value, And Market Practices in the Netherlands in the Seventeenth Century. *Art Bulletin*, 76(3), 451-464. Consulted at <http://www.jstor.org>
- Duret-Robert, F. (1976). *L'Art et l'Or: A Quoi Tient le Prix des Tableaux*. Connaissance des Arts
- D'Souza, C., & Prentice, D. (2002). Auctioneer Strategy and Pricing: Evidence from an Art Auction. *Marketing Intelligence & Planning*, 20 (7), 417-427. Consulted at <http://www.emeraldinsight.com>
- DiMaggio, P. (1997). Culture and Cognition. *Annual Review of Sociology*, 23: 263-287.  
 Consulted at <http://search.proquest.com>
- Frey, B. S., & Pommerehne, W.W. (1989). *Muses and Markets. Explorations in the Economics of the Arts*. Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Galenson, D.W. (2000). The Careers of Modern Artists. Evidence from Auctions of Contemporary Art. *Journal of Cultural Economics*, 24, 87-112. Consulted at <http://link.springer.com>
- Gerard-Varet, L. (1995). On Pricing the priceless: Comments on the economics of the visual art market. *European Economic Review*, 39, 509-518. [http://dx.doi.org/10.1016/0014-2921\(94\)00057-7](http://dx.doi.org/10.1016/0014-2921(94)00057-7)

- Glerum, J.P. (1992). Het veilingwezen. In Smitshuijsen, C.B. *Kunst & Financiën*. (pp. 125-140) Amsterdam: Nederlands Instituut voor het Bank- en Effectenbedrijf.
- Gerlis, M. (2013, 4 Feb.) Haunch of Venison to leave primary market and close NY gallery. *The Art Newspaper*. Consulted at <http://www.theartnewspaper.com>
- Ginsburgh, V., & Schwed, N. (1992). Price Trends for Old Masters' Drawings: 1980-1991. *The Art Newspaper*, 1-17. Consulted at <http://www.ecares.org>
- Huda, S. (2008). *Pedigree and Panache. A History of the Art Auction in Australia*. Australia: ANU E Press.
- Heilbrun, J., & Gray, C.M. (2001). *The Economics of Art and Culture*. Cambridge University Press.
- Joy, A., & Sherry, J.F. (2003). Disentangling the paradoxical Alliances between Art Market and Art World. *Consumption Markets & Culture*, 6, 155-181. DOI: 10.1080/1025386032000153759
- Koerner, J.L., & Koerner, L. (1996). Value. In Nelson, R.S., & Shiff, R. *Critical Terms for Art History*. (pp. 292-306) Chicago: University of Chicago Press
- Levy, S.M. (1991). Liability of the Art Expert for Professional Malpractice. *Wisconsin Law Review*. 595-653. Consulted at <http://heinonline.org>
- Louargand, M. A., & McDaniel, J. R. (1991). Price Efficiency in the Art Auction Market. *Journal of Cultural Economics*, 15(2), 53-65. Consulted at <http://link.springer.com>
- Mc Andrew, C., & Thompson, R. (2003). *Pre-sale Estimates, Risk Analysis, and the Investment Quality of Fine Art*. (Preliminary Draft). Consulted at <http://citeseerx.ist.psu.edu>
- Mc Andrew, C. (2012). *The International Art Market in 2011. Observations on the Art Trade over 25 Years*. The European Fine Art Foundation (TEFAF): Helvoirt.
- Mc Andrew, C. (2013). *The Global Art Market, with a focus on China and Brazil*. The European Fine Art Foundation (TEFAF): Helvoirt.

- Mei, J., & Moses, M. (2005). Vested Interest and Biased Price Estimates: Evidence from an Auction Market. *Journal of Finance*, 60 (5), 2409 – 2435. Consulted at <http://www.jstor.org>
- Moulin, R. 1967. *The French Art Market. A Sociological View*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Nijstad, S. (2004). *VAN ANTIQUAIR TOT KUNSTHANDELAAR. Leven en werk van Saam Nijstad en zijn ontmoeting van de Nieuwe Wereld*. Zwolle: Waanders Uitgevers
- North, M. (1992). *Art and Commerce in the Dutch Golden Age*. Translated by Catherine Hill. New Have: Yale University Press.
- Pardo-Guerra, J.P. (2011). How much for the Michelangelo? Valuation, Commoditization and Finitism in the Secondary Art Market. *Cultural Sociology*, 5, 207-223. DOI: 10.1177/1749975511400825
- Ribbens, A. (2013, 4 Jun.) Nederlandse vrouw multimiljonair na veiling schilderij Ilja Masjkov. *NRC*. Consulted at <http://www.nrc.nl>
- Robinson, L., & Halle, D. (2002). Digitization, the Internet, and the arts: eBay, Napster, SAG, and e-Books. *Qualitative Sociology*. 25(3), 359-383. Consulted at <http://link.springer.com>
- Shubik, M. (2003). Dealers in art. In Towse, R. *A Handbook of Cultural Economics* (pp. 194-200) Edward Elgar.
- Singer, L.P., & Lynch, G.A. (1997). Are Multiple Art Markets Rational, *Journal of Cultural Economics*, 21(3), 197-218. Consulted at <http://link.springer.com>
- Stern, L. (2002). Voice of Critical Discourse. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 60:4, 313-323. DOI: 10.1111/1540-6245.00078
- Sagot-Duvaroux, D., & Pflieger, S., & Rouget, B. (1992). Factors Affecting on the Contemporary Art Market. In Towse, R. et al. (eds.) *Cultural Economics*. (pp.91-102) Verlag Berlin Heidelberg: Springer.
- Sagot-Duvaurox, D. (2003) Art Prices. In Towse, R. *A Handbook of Cultural Economics*. Edward Elgar.

- Shanteau, J., & Weiss, D.J., & Thomas, R.P., & Pounds, J.C. (2002). Performance-based assessment of expertise: How to decide if someone is an expert or not. *European Journal of Operational Research*, 136, 253-263. [http://dx.doi.org/10.1016/S0377-2217\(01\)00113-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0377-2217(01)00113-8)
- Simon, H. (1950). *Administrative Behavior*. New York: MacMillan.
- Singer, K.B. (2000). "Sotheby's Sold Me a Fake!"- Holding Auction Houses Accountable for Authenticating and Attributing Works of Fine Art. *Columbia-VLA Journal of Law & the Arts*, 23, 439-455. Consulted at <http://heinonline.org>
- Smith, C.W. (1989). *Auctions. The Social Construction of Value*. New York: The Free Press, A Division of Macmillan, Inc.
- Orenstein, J. (2005). Show Me The Monet: The Suitability of Product Disparagement to Art Experts. *George Mason Law Review*, 13(4), 905-934. Consulted at <http://.georgemasonlawreview.org>
- Pesando, J.E. (1993). Art as an investment: The market for modern prints. *American Economic Review*, 83(5), 1075-1089. Consulted at <http://search.proquest.com>
- Pesando, J.E., & Shum, P.M. (2007). The law of one price, noise and "irrational exuberance": the auction market for Picasso prints. *Journal of Cultural Economics*, 31, 263-277. Consulted at <http://link.springer.com>
- Pardo-Guerra, J.P. (2011). How much for the Michelangelo? Valuation, Commoditization and Finitism in the Secondary Art Market. *Cultural Sociology*, 5(2), 208-223, DOI: 10.1177/1749975511400825
- Poole, D., & Le-Phat Ho, S. (2011). *Digital Transactions and the Impact of New Technology On the Arts*. Consulted at <http://www.cpafo-opsac.org>
- Quemin, A. (2008) International Contemporary Art Fairs and Galleries: An Exclusive Overview. *Artprice annual report 2007/2008*, 78-88. Consulted at <http://imgpublic.artprice.com>
- Rich, M., & Ginsburg, K.R. (1999). The reason and rhyme of qualitative research: why, when, and how to use qualitative methods in the study of adolescent health. *Journal of Adolescent Health*, 25(6), 371-378. [http://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X\(99\)00068-3](http://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X(99)00068-3)

Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. United Kingdom: Cambridge University Press.

Valsan, C., & Sproule, R. (2008). Reservation prices and pre-auction estimates: a study in abstract art. *Economic Interferences*, 24, 257-272. Consulted at <http://www.amfiteatrueconomic.ase.ro>

Velthuis, O. (2002). *Talking Prices. Contemporary Art, Commercial Galleries, and the Construction of Value*. PhD dissertation, Erasmus University Rotterdam.

Velthuis, O. (2003). Symbolic Meanings of Prices: Constructing the Value of Contemporary Art in Amsterdam. *Theory and Society*, 32 (2), 181-215. Consulted at <http://link.springer.com>

Velthuis, O. (2005). *Talking Prices. Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton: Princeton University Press.

Velthuis, O. (2011). Art Markets. In Towse, R. *A Handbook of Cultural Economics* (second edition). (pp. 33-42) Cheltenham: UK

White, H.C., & White, C.A. 1965. *Canvases and Careers: Institutional Change in the French Painting World*. New York: John Wiley & Sons.

Other sources:

[www.veilinghuizen.nl](http://www.veilinghuizen.nl),

[www.veilingwijzer.nl](http://www.veilingwijzer.nl),

[www.verzamelaars.nl](http://www.verzamelaars.nl),

[www.veiling.startpagina.nl](http://www.veiling.startpagina.nl)

Sotheby's veilt niet meer in Nederland. (2011, 1 Jul.) NU.nl. Consulted at <http://www.nu.nl>



## Appendix A: Example interview request

Geachte mevrouw Regout,

Mijn naam is Manou Lourens en voor mijn masterscriptie doe ik onderzoek naar de prijsbepaling van kunst. In navolging van Olav Velthuis, die onder andere onderzoek deed naar de totstandkoming van prijzen van hedendaagse kunst binnen galerieën, wil ik erachter zien te komen hoe prijzen van schilderijen worden bepaald binnen veilinghuizen.

Kunstexperts spelen hierbij een belangrijke rol en letten op diverse factoren. Deze kunnen zowel kunstwerk en kunstenaar gerelateerd zijn, maar ook externe factoren zijn van invloed.

Na een bezoek te hebben gebracht aan de VendueHuis der Notarissen website, ben ik overtuigd geraakt dat deze organisatie overeenkomt met het onderzoeksgebied van mijn scriptie. Hierbij wil ik een beroep doen op uw expertise op het gebied van schilderijen, aquarellen en tekeningen. Graag zou ik u door middel van een interview een aantal vragen willen stellen en het gesprek met u aangaan. Dit kan zowel persoonlijk als telefonisch. Uw gegevens worden vertrouwelijk behandeld en zullen niet worden doorgespeeld aan derden. Zou u mij hiermee willen helpen?

Alvast bedankt voor uw medewerking en mocht u nog vragen hebben dan beantwoord ik deze graag.

Met vriendelijke groet,

Manou Lourens

Studente Cultural Economics and Entrepreneurship

Erasmus Universiteit Rotterdam

## Appendix B: Dutch interview questions

1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?
2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij?
3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?
4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?
5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?
6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?
7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?
8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte te zijn van de potentiële kopers?
9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven in uw loopbaan?

## Appendix C: List of interviewees

Date interview	Name auction house	Name interviewee	Function interviewee	Years employed at auction house	Education interviewee	In person/telephone	Recorded	Extra information
24-5-2013	VendueHuis der Notarissen 's Gravenhage	Marjolein Regout	Certified Valuer 19th Century European Paintings	19	History of Art	In person	No	Interview together with Chris Vellinga
24-5-2013	VendueHuis der Notarissen 's Gravenhage	Chris Vellinga	Certified Valuer Art and Antiques	27	History of Art	In person	No	Interview together with Marjolein Regout
27-5-2013	Kunstveiling.nl	Arthur Brouwers	Owner	4	P&O Haagse Hogeschool	In person	Yes	
30-5-2013	Sotheby's	Eveline van Oirschot	Senior Director 19th and Early 20th Century Paintings	26	History of Art	In person	Yes	
31-5-2013	Sotheby's	Martine Lambrechtsen	Specialist Old Master Paintings	10	History of Art	In person	Yes	
3-6-2013	Atelier57 Kunstveilingen	Cees Timmermans	Director	6	Royal Academy of Art, The Hague	Telephone	Yes	
11-6-2013	Christie's	Sophie Bremers	Specialist Old Masters & 19th Century Art	3	History of Art	In person	Yes	
13-6-2013	Baerveldt Taxatie & Bemiddeling kunst en antiek	Frederik Baerveldt	Owner	25	History of Art	In person	Yes	Previous owner of Van Spengen
24-6-2013	Van Spengen	Martijn Janssens	Owner	12	Academy of Visual Arts Maastricht	In person	Yes	
25-6-2013	Amsterdam Auctioneers Glerum	Talita Teves	Owner	9	AHUWC	In person	Yes	

Appendix D: Tables

*Table I: Price determinants according to the literature*

Artist	Artwork	Market	Macro
Role within history	Authenticity	Rarity	Economic situation
Artistic movement	Provenance	Institutions and their fame and geographical region	Media
Style	Artistic quality	Buyers	Digitalization
Reputation	Subject	Sellers	Taste of buyers
Oeuvre	Size	Experts	
Achievements	Technique		
Past selling prices	Condition		
Mediums	Time of creation		
Age			
Gender			
Nationality			
Signature			

*Table II: Price determinants according to the specialists*

Artist	Artwork	Market	Macro level
Reputation	False or real	Buyers	Taste potential buyers
Signature	Artistic quality	Sellers	Digitalization (including Artnet.com, Artprice.com, RKD)
Oeuvre	Condition		Local factor (geographical region)
Artistic movement	Provenance		Gallery prices
Role in history	Technique		Personal taste specialist
	Subject		Seasons in which the painting is being auctioned
	Material		Information presented in pre-auction catalogues
	Past price estimates and past selling prices of the artwork and similar artworks		Day within the week the auction takes place
	Authenticity		The way the auctioneer talks within the auction
	Time of creation		
	Fresh-to-market		
	Reserve price		
	Location of the artwork within the auction house		
	Order in which the artwork is put up for sale		

## Appendix E: Detailed interviews

Datum: 24 mei 2013

Veilinghuis: VendueHuis der Notarissen 's Gravenhage

Geïnterviewden: Marjolein Regout en Chris Vellinga

Functie Marjolein Regout: Certified Valuer 19th Century European Paintings

Functie Chris Vellinga: Certified Valuer Art and Antiques

Aantal jaren werkzaam veilinghuis: Marjolein Regout 19 jaar en Chris Vellinga 27 jaar

Plaats: Den Haag

Duur: 60:00

### **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

De heer Vellinga:

Ja, door de jaren heen leer je hoe je een schilderij in een groter geheel moet plaatsen. Het is erg belangrijk om dit referentiekader op te bouwen, want als je meer ervaring hebt opgedaan is het gemakkelijker om een afzonderlijk schilderij in het grotere geheel te plaatsen. De kunstmarkt heeft veel facetten en als je weet hoe je hier een schilderij in moet plaatsen is het gemakkelijker om een inschatting te doen van de prijs. Na mijn studie moest ik meteen beginnen met taxeren. Dit was in het begin wel moeilijk, omdat ik schilderijen uit de romantische school alleen nog maar op ansichtkaarten had gezien. Nu krijg je een bepaald schilderij in het echt te zien en moet je hier een waardeoordeel over geven. Hierbij kreeg ik natuurlijk hulp van collega's, maar in het begin ben je nog wel onzeker of je oordeel juist is geweest. Na verloop van tijd begin je werken te herkennen. Door veel te zien leer je en ben je zekerder van je oordeel. In het begin heb ik ook veel andere veilingen en veilinghuizen bezocht, waaronder de grote Christie's en Sotheby's, hierdoor doe je visuele ervaring op. Vooral in het begin was het erg moeilijk om een goede taxatie te doen, omdat er veel onbekende namen voorbij kwamen. In Nederlandse veilinghuizen kom je niet zo snel een werk tegen van een grote en internationaal bekende schilder. Wel typisch Nederlands veilingaanbod van schilders, waarvan ik tijdens de studie kunstgeschiedenis nooit gehoord had. Zo kreeg ik werken te zien van de laat impressionist Evert Moll, die in de jaren 20 tot 50 van de twintigste eeuw havens schilderde. Het was algemeen bekend, dat hij wel eens dronken was wanneer hij schilderde, dus het was belangrijk om dit mee te nemen in de

taxatie. Dit was ook wel te zien aan de manier waarop het schilderij was opgezet, zeker met betrekking tot de details. Dan was er ook nog Cornelis Raaphorst, die schilderijen met poezen erop schilderde. Hierbij was het belangrijk om te onderscheiden of het een echte Raaphorst was of dat het door iemand anders was gemaakt en dus vals was. De stabiele kwaliteit speelt hierbij ook een rol. Het was soms zelfs zo, dat wanneer er één poes werd afgebeeld, het geschat werd op 1000 euro, terwijl wanneer er twee poezen op stonden de prijs werd geschat op 2000 euro en bij drie poezen op 3000 euro. Het verschil in kwaliteit is dus een belangrijk punt. Een schilder heeft ook periodes waarin hij betere werken heeft gemaakt, hierbij zit er dus ook een verschil in kwaliteit per schilderij van dezelfde kunstenaar.

Mevrouw Regout:

Sluit zich bij het antwoord van de heer Vellinga aan. Ja, dit is zeker van belang, want tijdens de studie kunstgeschiedenis wordt er niet gesproken over het taxeren van een schilderij en waarop gelet moet worden en welke prijzen er aan bepaalde kunstwerken worden toegeschreven. Vooral vroeger was de combinatie van kunst en geld niet mogelijk, geld was iets vies in relatie tot kunst. Door de jaren heen leer je en ga je langzaam werken herkennen. Wanneer je deze gaat herkennen kun je er ook waarden aan gaan toeschrijven. Het is een proces, waarin je ontwikkelt en leert wat kwaliteit is.

## **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij?**

De heer Vellinga:

Het zien van een schilderij binnen een referentiekader is erg belangrijk. Dus het plaatsen van een schilderij in een groter geheel. Hierbij is het herkennen van kwaliteit erg belangrijk. Ten eerste begin je met het onderscheiden van vals en echt om te kijken of het schilderij inderdaad door dezelfde kunstenaar is gemaakt. Hierna kun je de prijs vaststellen. Want als het echt is, dan is de prijs hoger, dan wanneer het van een onbekendere schilder blijkt te zijn. **Doet u van te voren veel research naar een schilderij en maakt u hierbij gebruik van databases?**

De heer Vellinga: Ja, ik raadpleeg het RKD, het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie. Hier ga ik na wat er over een schilderij of bepaalde kunstenaar is geschreven. Het is dan ook belangrijk of het schilderij deel heeft uitmaakt van een bekende collectie of op welke veilingen het al eerder is geveild. Verder is het van belang of er in de literatuur over is

geschreven. Vaak doen we alleen research bij objecten, waar het van belang is om er een uitgebreidere beschrijving bij te geven.

Mevrouw Regout:

Het is ook van belang of een schilderij in een bepaalde collectie is opgenomen of dat het gesigneerd is door de kunstenaar of niet. Dit verhoogt de waarde van een schilderij ten opzichte van een ander schilderij, waarbij dit niet het geval is. Het blijft altijd een afweging wat je zwaarder laat meetellen. De ene keer is het de handtekening, de andere keer de kunstenaar die de waarde verhoogt.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Meneer Vellinga:

De boven genoemde punten.

Mevrouw Regout:

Idem.

### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Mevrouw Regout:

Zoals gezegd het blijft een afweging en het verschilt per schilderij en per kunstenaar. Ten eerste kijk ik naar wie de schilder is en of deze bekend of minder bekend is. Ten tweede kijk ik naar de voorstelling en of het een van zijn betere schilderijen is. Iedere schilder heeft verschillende stijlen geprobeerd, voordat hij erachter kwam waar hij in uitblonk ten opzichte van andere schilders. Vervolgens is het nog van belang om na te gaan waar men naar op zoek is. Verder is de conditie van een schilderij is erg belangrijk. Daarnaast is het belangrijk om te kijken in welke periode het schilderij gemaakt is. Het zou kunnen zijn dat het een van zijn betere werken is of dat het aan het begin van zijn carrière is gemaakt en de schilder nog erg zoekende was naar zijn expertise. Dit hangt ook samen met de artistieke waarde die kan worden toegekend aan een schilderij. Verder is het ook van belang om te controleren of een schilderij al eens is verdoekt en hoe dit is gedaan, want er zijn goede en minder goede restaurateurs.



De heer Vellinga sluit zich aan bij de genoemde punten van mevrouw Regout.

### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Mevrouw Regout:

Er is over het algemeen meer kennis nodig om abstracte schilderijen te waarderen. Hier moet de consument ook open voor staan, dan bijvoorbeeld de waterlelies van Monet.

De heer Vellinga:

De persoonlijke smaak van de consument speelt dus ook zeker een rol, vooral bij de waardering van schilderijen binnen bepaalde stromingen, zoals het abstracte en moderne. Het is moeilijk om een onderscheid te maken tussen de punten waarop gelet wordt bij het beoordelen van een schilderij van een Oude Meester of van een Hedendaagse schilder. Het gaat voornamelijk om de artistieke hand van de schilder. Daarnaast moet het schilderij een bepaalde mate van artistieke kwaliteit bevatten. Pieter Ouborg begon ook eerst met figuratieve schilderijen en is vervolgens abstract surrealistisch gaan doen. Zoals Marjolein al zei moet je je ook in een bepaalde stijl verdiepen om het meer te kunnen waarderen. In het begin vond ik een modern schilderij eruit zien als een paar 'krabbels', maar na verloop van tijd, als je er helemaal inzit ga je de schoonheid ervan inzien en blijkt dat er zeker een verhaal zit achter de strategisch geplaatste 'krabbels'.

Mevrouw Regout en de heer Vellinga:

Een belangrijk verschil is de uitwerking van beide schilderijstijlen en de verschillende perioden waarin ze zijn gemaakt. Bij de schilderijen van Oude Meesters klopt het perspectief vaak niet. Daarnaast waren de portretten en landschappen voor die tijd ook vernieuwend. Het is dus belangrijk om een schilderij te beoordelen naar de tijd, waarin ze zijn gemaakt en hoe ver men ontwikkeld was. Deze schilders waren voor hun tijd ook vooruitstrevend. Dat is iets wat belangrijk is, de continue vernieuwing door de kunstenaars. Net zoals de Impressionisten in hun tijd werden verstoet en een revolutie lieten plaatsvinden binnen de kunstwereld door zich af te zetten tegen de hedendaagse tendens. Kort gezegd, het gaat binnen elke tijd om de kwaliteit van het schilderij.

### **6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?**

De heer Vellinga:

Neem nu het voorbeeld van Evert Moll en Cornelis Raaphorst. Deze zijn door het geregelde aanbod goed te herkennen en te taxeren. Het blijft een taxatie en de prijs die op de veiling wordt gehaald kan anders uitvallen. Verder kan de werkelijke verkoopprijs hoger of lager uitvallen dan bij de taxatie werd ingeschat. Daarnaast worden sommige schilderijen niet verkocht, omdat er gewoonweg geen vraag naar is. Een veilinghuis en daarbij de taxateur, kan gezien worden als een mediator, deze maakt een inschatting, maar de markt bepaalt zelf de prijs. De kopers hebben ook zeker een rol in. Wanneer zij zich in de chaos van de veiling bevinden kunnen zij plotseling andere beslissingen nemen dan ze voor ogen hadden, of zich laten beïnvloeden door andere kopers. De betere veilinghuizen kunnen meer maken, door bijvoorbeeld hogere ingeschatte prijzen te geven aan schilderijen. Actieve veilinghuizen gaan actief op zoek naar kopers om de prijs op het juiste niveau te brengen. Daarnaast is er geen sprake van een continue stroom van kopers en verkopers. Het is daarom iedere keer weer afwachten of de ingeschatte waarde wordt gehaald of dat er minder, dan wel meer consumenten interesse in hebben.

Mevrouw Regout:

De fluctuaties in de markt spelen ook een rol en hiermee bedoel ik de smaak van de kopers. Huidige kopers hebben een andere smaak dan vroeger. Tegenwoordig is er meer vraag naar Moderne schilderijen dan naar bijvoorbeeld Oude Meesters. De waarde van een schilderij dat voorheen 3.000 euro opbracht, kan nu gedaald zijn naar 1.500 euro, gewoonweg omdat de markt is veranderd. Vaak komen consumenten hier om hun inboedel te verkopen en vertellen ons dan dat de kinderen het niet willen hebben. Er kan dus gezegd worden dat smaak generatiegebonden is en dat daardoor de vraag en hiermee de prijzen voor bepaalde kunststromingen zijn gedaald ten opzichte van vroeger.

De heer Vellinga:

Er is zeker sprake van een wisseling van belangstelling voor bepaalde schilderijen. Wat de ene generatie niet interessant vindt, kan de volgende eeuw weer in trek zijn. Denk, ter illustratie van deze veranderende markt, aan de opkomst van het nu economisch sterke China. Tijdens de Culturele Revolutie onder Mao zijn veel cultuurgoederen vernietigd, maar tegenwoordig vindt het overgebleven Chinese porselein in Europa zijn weg terug naar de Chinese markt. Door ervaring zijn de ingeschatte waarden deels te voorspellen, maar het

hangt ook voor een deel af van de markt en de smaak van de kopers. De consument is altijd op zoek naar kwaliteit en zolang ieder schilderij, in welke stroming dan ook, kwaliteit bezit zal er belangstelling zijn in grote of minder grote mate.

## **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**

De heer Vellinga:

Meestal maken verkopers een afspraak met ons en dan gaan wij bij hen langs om een taxatie te doen. Hierbij letten we, zoals al eerder gezegd, op de conditie en het oeuvre van de desbetreffende schilder. De markt en de smaak van de koper zijn ook van invloed bij deze waarde inschatting. Het komt regelmatig voor dat mensen ontevreden zijn over de vastgestelde waarde, omdat het schilderij in het verleden meer waard is geweest. Door de wisselende smaak kan een schilderij nu dus lager worden getaxeerd. Daarnaast komt het natuurlijk ook voor dat de verkopers tevreden zijn met het bedrag waar we mee komen. Soms zitten we er ook wel eens naast en dan brengt een schilderij meer op dan de maximale ingeschatte prijs. Dit zijn natuurlijk leuke dingen voor zowel de verkoper als voor ons. **Heeft u wel eens een schilderij geweigerd?**

Mevrouw Regout:

Ja, dat komt wel eens voor. Het gaat toch om een reële inschatting van de kwaliteit- en prijsverhouding, want we willen aan een bepaalde standaard voldoen. Er kunnen bijvoorbeeld heel veel schilderijen 100 euro per stuk opbrengen, maar dit is niet waar we over het algemeen naar op zoek zijn. Daarnaast zijn er ook wel eens schilderijen geweigerd, omdat het geen kwaliteit bezat of omdat er teveel restauratiewerk aan te pas zou moeten komen om het er enigszins toonbaar uit te laten zien. Dat is dus de afweging. Of veel geld aan een restauratie uitgeven, of het laten schieten omdat het uiteindelijk niet veel zou kunnen opbrengen.

## **8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om voorkennis te hebben van de verkopers en potentiële kopers?**

De heer Vellinga:

We richten ons niet specifiek op één persoon als we een taxatie doen, het is altijd bedoeld voor meerdere liefhebbers. We kennen de potentiële kopers meestal niet van naam en als dat wel zo is, noemen we deze namen niet tegen de buitenwereld in verband met privacy.

Voorkennis vind ik een fout gekozen woord, het gaat namelijk om kennis hebben van .. en

daar is kennis en ervaring voor nodig. Het gaat ook om kennis van de markt. **Het is dus niet zo, dat wanneer u weet dat iemand een schilderij erg graag wil hebben, u deze hoger prijst om een zo hoog mogelijk bedrag binnen te halen?**

Mevrouw Regout:

Nee, we spreken met de verkoper wel vaak een onderprijs af en als kopers onder de onderprijs gaan zitten dan verkopen we het schilderij niet. Het is ook beter om meer bieders binnen het veilinghuis te hebben, dan één specifiek persoon die dan tegen zichzelf en ons als veilinghuis opbiedt. Het gaat om de spanning en sensatie en het gevoel dat een koper eraan overhoudt, wanneer hij een schilderij heeft weten te bemachtigen. Dit is beter dan meteen een hoge prijs zetten, zodat andere mogelijke kopers al buiten de boot vallen.

## **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven?**

De heer Vellinga:

De recordprijzen blijven je altijd bij. Zo was er eens een schilderij dat door een Amsterdams veilinghuis was getaxeerd op 100.000 euro. Na wat onderzoek hebben wij de prijs daarom ook ingeschat op 100.000 euro. Uiteindelijk bleken we het te laag te hebben ingeschat, want het schilderij werd voor 300.000 euro verkocht. Dat is echt een succesverhaal en dat is natuurlijk leuk om te kunnen vertellen. We hebben er wel ons best voor gedaan door de pers erbij te betrekken en naar een museum in Frankrijk te gaan, waar net een collectie van dezelfde kunstenaar tentoongesteld werd. Dit alles trok en vergrootte de aandacht van potentiële kopers.

Mevrouw Regout:

Internationaal bekende schilders trekken ook de aandacht. Zo werd een Rosenthal geschat tussen de 10.000 en 20.000 euro en bracht het stuk uiteindelijk 60.000 euro op. Bij deze verkoop hebben we ook musea betrokken, die eventueel geïnteresseerd zouden kunnen zijn in deze Litouwse schilder. Daarnaast waren er op de veiling ook veel Litouwse bieders.

De heer Vellinga:

Via het RKD ben ik een zoektocht begonnen naar het verhaal achter een onbekende tekening, die door een relatie voor veiling was aangeboden. Deze tekening bleek na onderzoek op het RKD van Boucher te zijn en bracht 100.000 euro op. De Tsaar had hier zijn stempel op gedrukt en al deze factoren worden in overweging genomen bij de inschatting van de prijs.

Uit dezelfde boedel kwam een kampjasje tevoorschijn. Door contacten over de Boucher tekening met conservatoren van het Rijksmuseum kwam het jasje uiteindelijk rechtstreeks als gift van de erfgenaam in bezit het Rijksmuseum. Er zijn regelmatig veilingverkoppen aan musea, maar tegenwoordig zijn er ook veel particulieren die meebieden op de veiling. In Nederland worden er weinig stukken geveild die in de miljoenen lopen. Een Van Gogh of een Rembrandt zul je dan ook niet snel tegenkomen in een Nederlands veilinghuis, deze hangen voornamelijk in musea of worden op buitenlandse veilingen verkocht.

---

Datum: 27 mei 2013

Veilinghuis: Kunstveiling.nl

Geïnterviewde: Arthur Brouwers

Functie: Directeur

Aantal jaren werkzaam veilinghuis: 4 jaar

Plaats: Amsterdam

Duur: 49:07

### **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Ja, jazerker, wat enorm van invloed is en waar je veel ervaring voor moet hebben zijn ten eerste : het herkennen en erkennen dat iets goed is, dan hoef je nog niet eens zozeer de waarde te weten, wel oké dit is iets. En b. scheelt het je enorm veel tijd. Het is eigenlijk niet te doen om voor een veilinghuis, afgezonderd van Christie's of zo. Maar het is gewoon niet te doen om de waarde te bepalen als je gewoon niets weet. Dus als ik een stapel van honderd werken binnenkrijg, ik ben zelf gespecialiseerd in grafiek, dan is het door mijn ervaring dat ik zestig tot tachtig werken zo kan waarderen, zonder dat ik iets op hoef te zoeken. Dan zijn er nog een aantal waar ik een vermoeden voor heb, dan zit ik er meestal ook wel dicht bij, maar dan zoek ik nog Artprice voor na. En een aantal waar ik echt nog onderzoek voor moet doen, waar ik nog even voor moet bellen met een galerie. Met name Modern werk wat nog weinig geveild is. **Dus u heeft nog veel contact met andere veilinghuizen/galerieën?**

Nee weinig. Nou ik heb wel wat contact, maar het is vervelend om steeds bij andere veilinghuizen na te gaan. Ik had net een collectie Moderne kunst, waar etnografica bij werd gebruikt, haalden hun inspiratie uit Afrikaanse kunst en wat ik dan wel doe is, dan bel ik naar de Zwaan Amsterdam en stuur een foto op en daar zijn ze gespecialiseerd in. Dat beeldje, dat

Ashanti beeldje, dan stuur ik een foto is dit goed? Nog niet over de waarde, maar of het goed is of niet, of ze komen even langs. Dat is dan echt iets wat buiten mijn kennisgebied ligt. Ik vind dat je dat zelf moet doen en niet teveel moet navragen bij andere collega's. Dat is ook een bepaalde trots. Er zijn natuurlijk wel veilinghuizen, onafhankelijke experts die je wel kunt raadplegen. Wat ik wel doe als ik een echt duur werk heb, dat ik 'm voorleg aan een vriend die bij Christie's werkt, maar dat is dan wel op vriendschappelijke basis.

## **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan? En dan bedoel ik niet op welke punt u let, maar het proces waar u mee begint?**

Er zijn eigenlijk drie standaard vragen als ik het via de mail krijg. Als ik het fysiek zie let ik daar overigens ook op. Wie is de kunstenaar, wat is de conditie en wat is de herkomst?

**En wat bedoelt u precies met herkomst?** Nou wat is het verhaal erachter, waar komt het vandaan, hoe komt u eraan? En zeker bij de gangbare namen is dat extreem belangrijk. Appel, Corneille, Cobra, dat soort werk, maar ook wel bij andere dingen. De herkomst is echt extreem belangrijk. Je begint dus eigenlijk als eerste met kijken of het bij u bekend is en waar het vandaan komt en vervolgens .. het allereerst wat je natuurlijk doet is kijken of het iets is.

**Denkt u dat het persoonlijk is of dat het ook door de markt wordt bepaald, of dat het 'iets' is?** Ja dat heeft wel met kwaliteit herkennen te maken. Ik kan iets extreem lelijk vinden, maar wel herkennen dat het kwaliteit is. Het komt niet veel voor dat ik een schilderij, dat ik voor het eerst zie en dat ik denk, nou dit is echt een amateur, dat het dan toch blijkt dat het een goede naam was. Dat komt bijna niet voor, dat is wel echt ervaring. Dat kan ik niet zo goed uitleggen, dat is ook een bepaald oog. Ik denk dat als je dat niet hebt, dat je dit ook niet moet gaan doen. Ik denk wel dat iedere taxateur in Nederland een oog heeft voor kwaliteit. **Heeft u een specifieke kunstopleiding gedaan?** Nee, mijn vader heeft kunstacademie gedaan, maar ik ben er wel mee opgegroeid. Ik ben als kind vaak meegesleept naar exposities en ik heb eigenlijk vanaf mijn jonge tienertijd. Veertien, vijftien al ging ik altijd naar rommelmarkten, als een soort bijbaan, en in die tijd had je geen internet, dus er was heel veel te koop op rommelmarkten. Toen zat ik wel meer in de toegepaste kunst, designmeubels, glas en aardewerk dat soort dingen. Maar dan leer je wel kijken, dan moet je ook bij een kraam met potjes en pannetjes net dat ene potje eruit weten te halen. En dat is toch wel een geoefend oog. **Ik heb gezien, dat kunstveiling.nl nog maar 4 jaar bestaat, bent u er al langer mee bezig?** Nee, ik ben in 1999/2000 begonnen bij Ricardo.nl, een soort voorloper van eBay. Dat zat al in verschillende landen, maar ik heb de kunst en antiekhoek opgezet. Maar dat was wel

echt eigen inbreng. Daar gaf je geen oordeel, je hoefde ook geen kennis te hebben, alleen affectie mee hebben.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij, u heeft er net al drie genoemd, maar wat verder?**

Eerste drie zijn de beginpunten, zeker bij een duurder schilderij. Komt het vers op de markt of is het al vaker geveild? Uit welke stijlperiode is het? Een werk van Corneille uit 1955 is veel en veel meer waard dan 1980. En dan heb je binnen 1955 ook weer grote verschillen, doordat een schilderij kan heel commercieel heel interessant zijn. Door goed kleurgebruik, goede compositie, mooi afgewerkt, duidelijk een werk waar veel tijd aan besteed is, ten opzichte van een wat sneller atelier stukje, dan een bijna studieachtig werkje. Daar kan al veel verschil qua prijs inzitten. Verder bij werk op papier is het belangrijk of het uit een portfolio komt of dat het een heel kenmerkend werk is voor die kunstenaar. En verder is het belangrijk of een werk ingelijmd is geweest, of dat het helemaal vers is, altijd in een mapje is bewaard. Heeft ook met conditie te maken natuurlijk. En echte waarde bepaal je bij werken onder de 200 euro op papier door een beetje fingerspitzengefühl, en daarboven ga je kijken naar Artprice. Zeker als een werk getiteld is, kun je heel makkelijk zoeken of het al eerder geveild is. Het zijn natuurlijk werken in oplage.

### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ja, waarbij ik niet bij ieder schilderij de diepte inga of de diepte in kan, want alles valt of staat of je de kunstenaar weet, zo niet dan wordt het al heel lastig, tenminste bij een 20<sup>e</sup> eeuws schilderij. Als het 17<sup>e</sup> of 18<sup>e</sup> eeuws wordt de kennis veel belangrijker, dan moet je er echt een echte expert bijhalen, die het dan kan toewijzen aan een leerling van die of die. Dan breng ik het ook bij een ander veilinghuis onder. Dan wil ik het ook niet veilen, dan is dit niet het beste veilinghuis ervoor.

### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Daar heb ik eigenlijk geen idee van, ik zit in een heel ander vakgebied, dus daar zou ik geen uitspraak over kunnen doen.

## **6. Heeft u met bepaalde schilderijen ook meer moeite om de waarde in te schatten?**

Nou er zijn wel kunstenaars, waarbij de waarde heel divers is en heel erg schommelt. Daar heb ik moeite mee soms. Waar ik helemaal veel moeite mee heb zijn kwalitatief goede werken zonder veilinghistorie. Kwalitatief goede werken dus, die je niet zomaar wilt dumpen om het plat te zeggen. Je hebt ook veel schilderijen, waarvan je denkt, wat het ook is het zal niet meer dan 100 euro opbrengen en die veil ik dan meestal ook uit à tout prix, vanaf 1 euro zeg maar. En dan zien we wel waar het schip strandt. Maar soms kom je ook werken tegen die gewoon kwalitatief heel goed zijn en de kunstenaar ook bekend is, maar er is geen veilinghistorie. En als het dan een Hedendaagse kunstenaar is, dan taxeer ik het op basis van de galeriewaarde. Als het nu ook nog in galleries hangt, dan is het ook nog wel te doen, maar als het een min of meer vergeten kunstenaar is, die wel gewoon kwaliteit gemaakt heeft, dan is het wel gewoon lastig. Dan ga je automatisch ook lager zitten, omdat je 'm wel wilt verkopen, maar dan zie je ook nog wel vaak dat het een veelvoud opbrengt van de taxatiewaarde. Toevallig staat dat werk met die vlakjes, die is vorige week geveild. Had ik getaxeerd op 200 euro en die bracht iets van 1150 euro op! Dan zit je er gewoon naast, dat is wel het leuke ook van een veiling. Uiteindelijk, dat had ik al in ons eerste contact gezegd, uiteindelijk de markt bepaalt de waarde en niet de taxateur. Je kunt iets taxeren op een x bedrag, maar als niemand ervoor komt is het het ook dus niet waard. **Heeft u het ook wel eens andersom gehad?** Ja, ik had vorige keer een Karel Appel, waarvan ik dacht dat ik 'm veilig had getaxeerd, 8000 euro. Zijn redelijk wat mensen komen kijken, die echt bemiddelen en echt in die markt zitten, veel klanten daarvoor hebben, maar geen van allen kochten. Dus uiteindelijk was het dus toch te duur. **En uiteindelijk voor een lagere prijs geveild?** Nou misschien gaan ze er nog wel uit. Er is nog wat onderhandeling, maar de inbrenger wil niet zakken, en ja wellicht dat ie nog wel verkocht wordt, maar dan is het met heel veel moeite. Terwijl ik echt verwacht had van nou, het zal me niet verbazen als ie tien tot twaalf opbrengt. Die gaat er makkelijk uit. Dus ja daar kun je je toch nog in vergissen. Heel veel referentiemateriaal via Artprice heeft het meer opgebracht, het heeft zeker niet aan de aandacht gelegen. Ik weet ook wie ernaar gekeken hebben.

## **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**



Ja, zoals ik al vertelde, dus alleen erkende kunstenaars en vooral selectief in de verwachting van mensen. Wat ik heel veel meemaak, echt dagelijks, zijn mensen die mailen kunstwerken vaak uit nalatenschappen. Maar ook wel eerder gekocht en die hebben nu dan geld nodig ofzo. En die hebben dan in een galerie 1000 euro betaald. Die denken allemaal dat kunst in waarde stijgt. Maar ten eerste gaat daar heel veel tijd overheen en ten tweede stijgt maar een heel klein percentage van alle kunst in waarde. Het meeste daalt in waarde. **Hoe komt dat denkt u?** Omdat een galerie ervan moet leven en een deel moet afdragen aan de kunstenaar. Ja, ik zeg altijd bij Hedendaagse kunst is de veilingwaarde ongeveer 20 procent van de galeriewaarde, en van kunst van twintig jaar oud kan dat nog lager zijn zelfs, maar meestal niet meer, uitzonderingen daargelaten. Die zijn er ook, maar dat is maar een heel klein promillage die vijf keer meer waard zijn geworden in twintig jaar. En zeker wat tegenwoordig veel gekocht wordt in Nederland is nouveau riche kunst, heel kleurrijk en met veel bombarie, wat op kunstmarkten en galeries wordt verkocht en wat op de secundaire markt gewoon niets waard is. Dat is soms pijnlijk voor mensen. Ik ben er dan wel heel selectief in. Ik zeg dan niet, ik ga het toch maar proberen of echt voor een fractie van wat ze ervoor hebben betaald of niet. **Heeft dit denkt u ook te maken met de verschuiving qua smaak de afgelopen jaren?** Ja, maar het heeft ook vooral te maken met de crisis, denk ik. Nou, er zijn eigenlijk twee dingen aan de hand. Eén, in de goede tijd. Kunst hoorde erbij, dus ze kochten kunst voor op kantoor of voor thuis. De tweede reden is, dat veel bedrijven verkocht worden of stoppen of afslanken. Dan heb ik het niet over de hele grote bedrijfscollecties. Dat zet ook de markt enorm onder druk. Dat komt, omdat de banken bijvoorbeeld vroeger allemaal een eigen kamertje hadden en dan moest er overal iets aan de muur. Nu zijn er overal flexplekken, dus hele grote ruimtes met zoveel mogelijk glas, dus er hangt niks meer aan de muur. Dat soort bedrijven kopen alleen nog maar monumentale werken of enorme werken voor die ene muur die er is, dus beelden of objecten dat soort dingen. Dat betekent dus ook dat alle werken die aan de muren hingen op de markt komen en dat zet de prijs enorm onder druk. Maar wat je ook ziet bij kleinere bedrijven, die vaak worden verkocht of gestopt en de kunst die aan de muur hangt is dan vaak van de eigenaar en die heeft hij dan ooit gekocht. Daar wil hij dan wel nu vanaf, want hij wil het ook niet thuis hebben. Dat zijn vaak mensen die geen verstand hebben van kunst en die zich dan vaak hebben laten adviseren of verleiden door plaatselijke galeries. En dat zijn vaak of plaatselijke helden, die gewoon buiten die stad geen waarde hebben of gewoon een beetje commerciële kunst zeg maar. En ja, die hebben vaak ook geen waarde in de secundaire markt of weinig waarde. Je ziet überhaupt vaak een golfbeweging binnen een carrière van een kunstenaar. Vooral bij de grotere namen, voordat ze van de

academie afkomen. Ze worden ontdekt en ze zouden wel eens heel groot kunnen worden. Dan stijgt de prijs enorm. Even voor een aantal jaar, op een echte uitzondering na zakt het weer in, worden ze weer vergeten. De galeries willen ook steeds nieuwe namen brengen natuurlijk en dan blijft de internationale doorbraak uit. En dan daalt de prijs enorm en dan zie je later ,wel eens twintig tot dertig jaar later, wel eens een herwaardering van de kunstenaar.

**8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om voorkennis te hebben van de kopers en verkopers? Als u weet dat er een koper is, die veel geld heeft en een schilderij heel graag wil en u weet wie de koper is, zet u de prijs dan ook hoger of op een andere manier?**

Als ik echt weet dat er belangstelling voor een bepaald werk is tegen een goede prijs, dan zou ik de prijs wel wat hoger zetten. Maar dat is niet zozeer, omdat ik de koper dan ken, maar omdat ik dan weet dat er belangstelling voor dat soort werk is, waardoor de prijs iets omhoog kan. Overigens zijn dit soort kopers vaak goed op de hoogte van de prijzen, dus die moet je ook dan niet belachelijke bedragen gaan vragen. Daar prikken ze direct doorheen en dan ben je dat contact ook kwijt. Wat ik wel kan zeggen tegen een verkoper is, dat ik in mijn klantenbestand mensen heb, die geïnteresseerd zouden kunnen zijn. Dus a. is de kans op verkoop heel groot voor een goede prijs en b. heb je ook wel kans op een biedrally, dat er meer mensen zijn die erin geïnteresseerd zijn. Dat werkt dus eigenlijk op die manier, dan dat ik het echt hoger zou inzetten. Dat is ook het voordeel van een veiling, want een taxateur die met vaste prijzen werkt, kan niet opeens de verkoopprijs gaandeweg gaan verhogen, maar binnen een veiling is het niet erg als je te laag zit. Dan zorgt de markt er uiteindelijk toch wel voor dat de prijs hoger uitkomt. De veiling is dus eigenlijk ook heel transparant. Andersom kan het ook, dat als je te hoog inzet het gewoon uiteindelijk niet wordt verkocht. **Dan wordt het ongeloofwaardig?** Dan kun je het werk nog wel een keer lager inbrengen in overleg met de inbrenger, maar je initiële taxatie wordt dan ongeloofwaardig. Je ziet zeker in deze markt dat veilinghuizen onderwaarden om het bieden maar op gang te zetten. Een veilinghuis werkt met een kleine commissie. Dus of ik nou iets voor 1000 of 2000 euro verkoop scheelt, als je 10 procent vraagt maar 100 euro, maar voor de inbrenger scheelt het wel 900 euro. Dus waar ik me als inbrenger zorgen om zou maken, is eerder dat een veilinghuis te laag inzet om maar de verkoop te forceren. Zeker als een veilinghuis weinig publiek heeft kan het echt te goedkoop weggaan. Daarom zie je ook zeker de specialisatie ontstaan, handelaren worden steeds kritischer, waar ze iets inbrengen om er zeker van te zijn dat het publiek het ook koopt.

## 9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven?

Dat is altijd heel recent, want dat vervaagt dan weer. Nou, uit een verder verleden werd opeens uit een bedrijfscollectie een beeld van atelier van Lieshout aangeboden. Een enorme man van vier meter hoog. Toen was ik net begonnen met kunstveilingen, dus dat was wel vreemd dat het opeens op mijn site stond. Deze is overigens wel rechtstreeks door iemand erop gezet en verkocht. Vorige week, een werk waar nog nooit echt een prijs voor was gezet, is dan opeens voor vijf keer de taxatie weggegaan. En dat is ook gewoon heel leuk.

Of een Max Bill heeft 800 euro opgebracht, maar ik heb wel op Artprice gekeken en dat is wel een recordprijs voor dit soort werken. Er zijn wel 8000 veilingen van hem geweest, maar dit soort dingen blijft je dan wel bij. Er gaat een enorme schifting komen binnen veilinghuizen, die via internet iedereen kunnen bereiken. Of in ieder geval per land en de kleine traditionele veilinghuizen zullen eruit gaan. Voor werk wat van notarissen komt, erfenissen waarbij het huis leegmoet, is dat geen probleem. Maar voor de wat betere kunst is dat dodelijk. Al die kleine veilinghuizen gaan eraan kapot, daar ben ik van overtuigd. Dat verklaart ook wel die prijsverschillen. Dus het is gewoon echt lastig om waarden vast te stellen. Sterker nog, ik heb wel eens dat ik een werk aanbiedt, werk tot 200 euro waar maar steeds niet op geboden wordt, wat niet terug kan naar de inbrenger. Dan zet ik het A.T.P., tegen iedere prijs. Dan gaat het vaak eruit voor meer dan die 200 euro. In het biedingproces en vooral tegen elkaar en dan denken ze, ach dat ene tientje. Dat is bij echte veilingen ook, dat je achteraf een praatje maakt. Ja, ik heb het voor teveel gekocht, maar dat het in het proces zo ging. Dan willen ze niet opgeven. Dan haalt het soms dus niet een realistische prijs, maar dat heeft dus niets met de waarde van een kunstwerk meer te maken. Maar meer hoe het bieden verlopen is.

---

Datum: 30 mei

Veilinghuis: Sotheby's

Geïnterviewde: Eveline van Oirschot

Functie: Senoir Director 19th and Early 20th Century Paintings

Aantal jaren werkzaam veilinghuis: 26 jaar

Plaats: Amsterdam

Duur: 41:47

## **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Het taxeren van kunst, dat is natuurlijk iets dat je niet van de een op de ander dag leert. Dat kost toch een aantal jaren, voordat je in de gaten hebt welke dingen meer waard zijn dan andere. En de enige manier om dat te ontwikkelen, is om de markt heel goed bij te houden. De veilingen, uitslagen, de schilderijen ook ziet bij voorkeur. Weten ook waarom het ene meer waard is dan de ander. Er zijn natuurlijk meerdere factoren, die daarbij een rol spelen. Je moet natuurlijk ook weten, welke kunstenaars op een bepaald moment beter in de markt liggen dan anderen. Het soort kopers wat op zo'n moment actief is speelt ook een rol. Je hebt natuurlijk ook al die nieuwe markten. Aziaten en Russen, die nu actief zijn in het hogere marktsegment. Dat is een vrij recente ontwikkeling en je ziet dat daardoor bepaalde kunstenaars in waarde zijn gestegen en dat heeft natuurlijk te maken met de opkomende economieën. Dat deze mensen het kopen, ook voornamelijk zien als een soort status symbool. En dat met name Hedendaagse kunstenaars aan dat beeld voldoen. Dat als ik zoiets in huis heb, dan word ik serieus genomen. Dat is de laatste jaren een hele belangrijke factor geweest voor een verandering in waarde voor bepaalde kunstenaars. En verder zijn er natuurlijk nog intrinsieke factoren aan een kunstwerk zelf, die natuurlijk van invloed zijn. Ervaring is zeker belangrijk, het bijhouden van de markt, je bent in het begin natuurlijk heel erg voorzichtig, je moet natuurlijk op een bepaald moment echt gaan beginnen. En dan heb je natuurlijk websites zoals Artprice en Artnet, die dat als je er niet helemaal zeker van bent, toch even kunt kijken hoe een bepaald werk het heeft gedaan. Nou ja, schilderijen zijn natuurlijk altijd unieke stukken, dus je kunt de één niet met de ander vergelijken. Maar je kunt natuurlijk wel vergelijkbare stukken opzoeken en met elkaar proberen te vergelijken en kijken, wat daar nu of ten opzichte van een paar jaar geleden de waarde voor was. Dus er zijn wel een aantal hulpmiddelen om jouw taxatie te ondersteunen. Maar je begint natuurlijk altijd met een goed oog hebben. Er zijn natuurlijk ook mensen die het ook niet kunnen. Het is niet een heel uitzonderlijk talent, maar je moet toch wel oog hebben voor kunst en kwaliteit. En ja, waarom is het één dan beter dan het ander? En dat kun je dan wel leren, maar je moet er ook wel aanleg voor hebben om het te kunnen onderscheiden.

**2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij? En hierbij bedoel ik het proces zonder te letten op specifieke punten.**

Als iemand met een schilderij komt of ik ga naar iemand toe, maar het eerste is kwaliteit en dit klinkt heel algemeen. Maar het is wel het eerste dat je ziet en dan zie je natuurlijk of het goed geschilderd is of niet. Natuurlijk is de maker, de kunstenaar van grote invloed op de waarde. Dus je kijkt ook hoe zo'n schilderij binnen het oeuvre past van die kunstenaar, is het een vroeg werk, is het een laat werk? Bij sommige kunstenaars moet je juist een vroeg werk hebben en bij sommige juist een laat werk. Dat heeft invloed op de waarde. En je kijkt natuurlijk ook of het gesigneerd is, dat is bij mijn vakgebied 19<sup>e</sup>, vroeg 20<sup>e</sup> eeuw, vaak het geval. Oude Meesters is weer een heel ander verhaal. Een schilderij dat gesigneerd is brengt toch in regel meer op, dan een schilderij dat niet gesigneerd is, ook al kun je de toeschrijving maken. Mensen willen toch liever een schilderij met signatuur in dit vakgebied. Oude Meesters laat ik even buiten beschouwing. Je kijkt ook naar de staat van het werk. Dat is natuurlijk ook heel belangrijk, of er veel restauraties inzitten. Dat kun je redelijk met het blote oog zien. Als het heel goed en subtiel gedaan is, kun je met behulp van een ultraviolette lamp de restauraties zien. Ultraviolet licht reageert op het droogproces van olieverf, dus als er latere aanvullingen zijn aangebracht op een schilderij, dan zijn die in vergelijking met de eerste ondergrond minder droog en dat reageert dan op UV. Dus alles wat later is gerestaureerd of is aangebracht, dat wordt dan donkerpaars onder UV licht. Je hebt natuurlijk ook doek, paneel, bord. Als een paneel in goede staat is, is het vaak een paneel is natuurlijk hardere ondergrond. Dus bij 19<sup>e</sup> eeuwse kunstenaars, heb je een veel gedetailleerder beeld, als het op paneel is geschilderd. Vaak ook in betere conditie, omdat het langer goed blijft dan een doek dat toch gaat craqueleren. Maar als een paneel beschadigd is, heeft het ook een sterke waardevermindering tot gevolg, als er ook een barst inzit. Het is dus moeilijk om te zeggen of een paneel meer opbrengt, dan een doek en vice versa. Dat heeft echt alles met de conditie te maken. Je hebt natuurlijk ook van dat schilderskarton. Dat zijn toch ook vaker de schetsen, die zijn ook minder waard, dan wanneer het helemaal is uitgevoerd op doek of op paneel. Ja dus dat kwaliteit, kunstenaar, conditie, onderwerp is ook heel belangrijk. Je kun beter een kalme zee hebben dan een schipbreuk. Is toch leuker om naar te kijken. Je kunt beter levende dieren hebben dan dode vissen. Beter een strandscene met spelende kindjes dan een begrafenis. Beter een licht schilderij dan donker. Het is natuurlijk ook wel aan trends onderhevig de onderwerpen, want zeg maar, in de jaren '90 van de 19<sup>e</sup> eeuw, was er grote vraag naar interieurs, zowel van de Larense school als de Romantiek. En dat genre is nu gewoon een stuk minder populair geworden. Dat is altijd lastig te zeggen, maar net als bij fashion zijn er zeg maar, in de kunstmarkt ook trends. De ene keer vindt men dit mooier en dat gaat ook een beetje mee met de trend in interieur. Het is natuurlijk alsmaar lichter

geworden en frisser en moderner. En mensen zoeken dan ook weer een schilderij, dat daarbij past. Het is wel zo dat voor 19<sup>e</sup> eeuw hielden we bij wat de leeftijdscategorie was die dat kocht. En dat was eigenlijk altijd 55+. Bij Oude Meesters zat dat ook meer in de ouderencategorie, maar voor Moderne Kunst lag dat altijd een stuk lager. Ja antiek, maar dan gaan we buiten het gebied van schilderijen, dat beweegt ook mee met de interieurtrends. Zware eikenhouten kasten verkoop je vandaag de dag ook niet meer. Grote kasten, hoge kasten, hoge klokken, de plafonds zijn lager geworden. Dat heeft natuurlijk ook met elkaar te maken, wat men wil en wat men koopt. Ja, dat zijn wel dingen waar je in eerste instantie op let. **En heeft u dan ook overleg met collega's als het lastiger is om te bepalen?** Voor zover Nederlandse kunst niet, want ik doe dit 26 jaar. Nee dus, voor Nederlandse kunst varen ze op mij. Maar als het Franse of Duitse werken betreft, heb ik uiteraard wel altijd overleg met collega's die daar meer in gespecialiseerd zijn. Het is natuurlijk anders dan toen we nog veilingen in Nederland hadden. Waren het vooral Nederlandse stukken die we hier aanboden, maar nu we meer naar het buitenland exporteren, probeer ik ook wel stukken te vinden die wat internationaler liggen. Hoewel sommige Nederlandse kunstenaars ook internationale kopers hebben. We hebben nu sinds we alleen nog in het buitenland veilen een wat hogere ondergrens. Dus dingetjes van onder de 8000 euro heeft weinig zin om dat door te sturen. Dus concentreer ik me eigenlijk meer op wat hogere, nou ja sky is the limit. Maar die hele onderkant van de markt laten we tegenwoordig liggen. Dat heeft ook wel een reden, want dat is ook het segment dat heel slecht verkoopt. Mensen willen nog steeds goede stukken kopen en dan zijn ze ook best bereid om er een goede prijs voor te betalen. Maar zeg maar, de kleine dingetjes, daar wordt eigenlijk geen geld aan besteed. **En in zo'n geval is het dan ook vaak dat mensen denken dat als het duurder is het ook beter is?** Ja, maar wat natuurlijk ook een belangrijke rol speelt, ook in de uiteindelijke opbrengst als we het daarover hebben, je hebt het over waarde. Maar als je het hebt over de prijs in de zaal, die ervoor betaald wordt, is het tegenwoordig wel zo dat mensen meer letten op de taxatie die in de catalogus staat. Die moet wel aantrekkelijk genoeg zijn, dat ze in stappen. Mensen zijn wat aarzelender geworden toch om te kopen, en die drempel die moet je zien. Of in ieder geval de taxatie zo aantrekkelijk mogelijk proberen te maken, dat natuurlijk meerdere mensen instappen, waardoor je uiteindelijk een betere prijs krijgt. Dat heeft natuurlijk altijd zo gewerkt. Hoe lager de taxatie, hoe meer mensen erop gaan bieden. Hoe beter het resultaat dat je krijgt. Dat is natuurlijk ook het spel van de veiling. Maar het is vandaag de dag moeilijker om mensen over de drempel heen te krijgen. We proberen de taxaties gewoon zo aantrekkelijk mogelijk te houden. Wat niet altijd kan, omdat een verkoper er toch een bepaald bedrag voor betaald heeft of in z'n

hoofd heeft of wat voor redenen dan ook. Hij wil dan niet altijd het risico lopen, dat het ook daadwerkelijk voor minder weggaat. Want dat risico is er natuurlijk altijd als je op een veiling laag inzet. Dus die prijsstellingen in de catalogus, die hebben dus te maken met die factoren waar je op let als je voor het eerst een schilderij ziet. Maar dat heeft natuurlijk ook te maken met de onderhandelingen met de verkoper en jouw idee voor welke prijs het 't beste gaat verkopen. Iets wat je niet kunt zien, maar waar je onderzoek naar moet doen, is de herkomst van het schilderij. Dit heeft natuurlijk ook grote invloed op de waarde. Als het in een bekende collectie heeft gezeten. Of het heeft jarenlang in de familie gezeten. Of het is tentoongesteld geweest. Of het is beschreven in de literatuur. Dat zijn natuurlijk allemaal factoren die erg bijdragen aan de waardeverhoging. Als een schilderij al tien keer bij beurzen of in een galerie is geweest en het wordt maar niet verkocht, dan gaat die waarde zeker ook niet omhoog. Eigenlijk ook als een schilderij op een veiling onverkocht blijft. Dat komt nog wel eens voor, meestal 30 procent. Soms wat meer, maar die 25 tot 30 procent, wat niet weggaat met een veiling, ja die stukken moet je toch een tijdje lang weer in de kast zetten, voordat je ze weer gaat aanbieden. Omdat iedereen met al die transparantie vandaag de dag, iedereen kan op internet zien dat een kunstwerk niet voor die prijs is verkocht, dan moet je toch een tijd wachten, voordat je het weer aanbiedt. Het is heel belangrijk om een stuk de eerste keer te verkopen. Ook zeker omdat alle catalogi op internet te zien zijn en iedereen kan zien voor welke prijs het wel en niet weggaat. Het heeft veel voordelen die transparantie, maar het is natuurlijk ook, het kan voor verkopers nadelig zijn, omdat ze dan een stuk verkopen voor een prijs, waar ze het eigenlijk niet voor kwijt wilden. **Is de markt dan ook heel erg veranderd met de komst van internet en dat de catalogi online staan?** Ja, die markt is heel erg veranderd, ook natuurlijk in voordeel. Dat nu letterlijk de hele wereld ziet wat je aanbiedt en kan meebieden online. Dat is ook iets wat vandaag de dag veel gebeurt, iedereen kan vanuit zijn luie stoel een bod doen, dus wat dat betreft heeft het ook een enorme positieve invloed gehad op de prijzen. Dat de marketing zo letterlijk wereldwijd is, dat iedereen er kennis van kan nemen. Het is voor handelaren natuurlijk niet altijd in hun voordeel. Als ze stukken die ze aanbieden in hun galerie of op een beurs, dat iedereen kan opzoeken wat ze ervoor betaald hebben op een veiling. Dat is aan de ene kant goed voor een koper om te kunnen zien, maar niet alle handelaren zijn daar natuurlijk blij mee.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Geen andere punten dan bovengenoemd. De periode van de kunstenaar heeft er mee te maken, het kunsthistorisch belang, heeft dan ook met het onderwerp te maken. Bij sommige stukken weet je, oh ja die klant zoekt dat nog. Maar dat heeft verder weinig met de waardebepaling te maken. Maar op een gegeven moment ken je je klanten en kopers op zo'n manier, dat je weet wie wat nog zoekt. En wat eventueel een leuke aanvulling in jouw ogen zou zijn voor zijn collectie. En dan ga je je klanten benaderen. Dat is het proactieve wat we doen. Van God, we hebben nou iets, wat vind u ervan? Dan heb je steeds meer echte custom made adviezen, waar ze al dan niet gebruik van maken. Maar dat is natuurlijk ook heel leuk om te doen. Al moet ik zeggen, dat toen 19<sup>e</sup> eeuwse schilderijen in komst waren, zeg tweede helft jaren '90 van de 19<sup>e</sup> eeuw, dat je heel veel mensen had, die niet eerder schilderijen hadden gekocht. Die als eerste schilderij een 19<sup>e</sup> eeuws kochten, omdat dat heel toegankelijk is. Bij een Oude Meester heb je vaak wat meer achtergrondinformatie nodig om een stuk te duiden. Moderne Kunst, daar moet je echt van houden en moet je ook het concept erachter weten, 19<sup>e</sup> eeuws is de meest toegankelijke van alle schilderperiodes. Je ziet dan ook, dat mensen die niet echt bekend zijn met verzamelen, die dan toch als eerste werk of werken zich aangetrokken voelen tot de 19<sup>e</sup> eeuw. En dan is het ook heel leuk en dat heb ik altijd leuk gevonden, om te adviseren om als u echt een collectie wilt opbouwen, dan moet dat en dat en dat erin. En dan gaan we daar gewoon naar op zoek. En dat is heel leuk. En je ziet toch ook wel dat veel mensen, die daar mee begonnen zijn, hun interessegebied hebben verlegd naar bijvoorbeeld Impressionisme. Er is er zelf een begonnen met 19<sup>e</sup> eeuws, ging daarna over naar het Impressionisme en koopt nu Hedendaagse kunst. Dus die ontwikkeling heb je ook, maar je hebt niet heel veel overlap tussen Oude Meesters en Modern en 19<sup>e</sup> eeuw en Hedendaags, want dat is toch een vrij apart vakgebied. **Om nog even terug te komen op de kopers, als u inderdaad weet dat deze meneer of deze mevrouw op zoek is naar dit en dit schilderij, prijst u het dan ook anders? Of wordt er eerst getaxeed en daarna wordt er op zoek gegaan naar een eventuele koper?** Ja wat wij natuurlijk ook doen, dan heb je wel weer met een andere waardebepaling te maken, hier gebeurt dat niet zoveel. Maar in New York is dat echt aan de orde van de dag, dat je stukken niet in de veiling verkoopt, maar buiten de veiling om een koper zoekt. Dat is vaak omdat of de verkoper niet wil dat zijn stuk in de catalogus wordt afgebeeld. Dus dat mensen kunnen zien dat het wordt verkocht, of omdat je met zulke transacties juist van hoog naar laag gaat. Bij een veiling zet je natuurlijk zo laag mogelijk in en probeer je zo hoog mogelijk. Bij private treaty's begin je gewoon bij het hoogst mogelijke bedrag, maar moet het natuurlijk nog wel redelijk zijn, in proportie zijn. En daar ga je kopers voor zoeken, gewoon één voor één. Oh ja, die is misschien geïnteresseerd en als die geen



interesse heeft, dan ga je naar de volgende. Dat is een soort van nieuwe manier, eigenlijk een beetje de handelaar manier, maar dat is wat Sotheby's de laatste jaren doet. Het gebeurde altijd wel, maar niet op grote schaal. Waar we ook steeds meer naartoe gaan, dan zitten we daar nog tussen met commissie, maar dat is dan voor stukken echt in het hele hoge marktsegment, dat je echt een galerie prijs of een TEFAF prijs erop plakt. Je zoekt een koper één voor één, en dan kijk je waar je uit komt en soms kan deze prijs iets zakken, soms is daar geen marge voor. Maar dan heb je weer met een hele andere waardebeoordeling te maken. Op een veiling kijk je wat het minmaal kan opbrengen en hierbij kijk je wat het maximaal kan opbrengen. Daarnaast doe je natuurlijk ook nog taxaties voor verzekering en boedelscheidingen en successie. En dan heb je ook weer met andere waarden te maken. Met verzekering zitten we altijd op de dubbele veilingwaarde, dus je gaat uit van de minimale waarde en dat verdubbelt of iets meer zelfs. Dat is omdat als je stukken verzekert en er gebeurt iets mee, dan moet je gewoon voor de maximale waarde verzekerd zijn. Bij successie zit je weer iets lager. Boedelscheiding, dat zijn natuurlijk verschillende waarden, maar we nemen meestal als basis de veilingwaarden en aan de hand daarvan gaan we naar bepaalde waardes toe met een bepaalde sleutel. Dus vaak hebben mensen dan een taxatierapport van een verzekeringsmaatschappij of van ons. Die weten dan niet dat die verzekeringswaarde veel hoger ligt dan de veilingwaarde. Dan zeggen ze, we willen het graag gaan verkopen en er staat 60.000 euro op het rapport, laten we het gaan inzetten op 60.000 euro. En dan moeten wij gaan uitleggen, dat het een hele andere waarde is en dat is niet altijd makkelijk om uit te leggen. Maar zo werkt dat.

#### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ja.

#### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Ja, bij Oude Meesters, dat is zo'n ander vakgebied, waarbij natuurlijk van groot belang is wie de schilder is. Dat is voor 19<sup>e</sup> eeuw en 20<sup>e</sup> eeuw vaak heel obvious, omdat het natuurlijk vaak gesigneerd is. Natuurlijk ook omdat je er redelijk snel achter kunt komen, als het niet gesigneerd is, aan wie het kan worden toegeschreven. Als het maar in ieder geval een representatieve naam is. Bij Oude Meesters is het onderzoek cruciaal, wie heeft het gemaakt,

in de omgeving van wie, in navolging van wie of studio van wie? Dat is bij Oude Meesters van hele grote invloed op de waarde. Conditie, periode, kunsthistorisch belang, herkomst, ja dat geldt eigenlijk voor alle categorieën.

## **6. Zijn er schilderijen waar u meer moeite mee heeft om de waarde te bepalen?**

Schilders die ik niet ken, dat kunnen Russische schilders zijn, je vindt ze incidenteel in Nederland. De Russische markt heeft een enorme vlucht genomen de afgelopen jaren en er zijn nu aparte veilingen voor alleen Russische schilderijen. Ja die Russen zijn natuurlijk ook gaan kopen, groot gaan kopen, de laatste zes, zeven, acht jaar. Met de opkomst van de Chinese markt komen er toch een hoop schilders in de belangstelling, waar wij dan nooit van gehoord hebben en waar we ons dan ook in moeten verdiepen om te kijken of ze überhaupt waarde hebben. Sotheby's is natuurlijk wel een wereldwijd netwerk van kantoren en specialisten, dus we hebben altijd collega's die ons daarbij kunnen helpen. En hoe makkelijk is het om een fotootje te maken en door te mailen, om van hen te horen of het iets is of niet? **Dat is ook in één oogopslag te zien?** Nou dat is niet altijd makkelijk, vooral niet bij nieuwe categorieën. Vooral aan die Chinese kunst heb ik zelf heel erg moeten wennen. Je kijkt toch met westerse ogen naar een schilderij en dan zie je opeens een enorm fel gekleurd ding met allemaal rare gezichten. Hetzelfde met een paar Indonesische schilders, dat je echt denkt hoe kan dat zoveel waard zijn? Maar als je er toch weer in verdiept en je leest over de achtergrond van die schilder en vaak met Chinese kunst heeft dit een politieke achtergrond, dan krijg je er meer waardering voor. En dan leer je dat eigenlijk ook weer. Dat is toch wel leuk dat je eigenlijk steeds iets nieuws leert, ja dus dat zijn dingen van nieuwe markten. Ook Indiase kunst, maar daar ben ik nog niet zo ver mee. En Islamitische kunst, dat zijn eigenlijk de vier nieuwe markten, waar we al aparte veilingen voor hebben uitgeroepen. Die ook fantastisch gaan, maar dat zijn echt vakgebieden waar je in moet verdiepen, om daar de juiste taxaties voor te kunnen geven. Het is voor Sotheby's natuurlijk heel fijn dat we elkaar allemaal kunnen volgen. Als New York een Nederlands stuk onder ogen krijgt, dan vragen ze mij weer.

## **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**

Ja, steeds selectiever, omdat we nu ook die onderkant van de markt niet mee veilen, omdat dat ook slecht verkoopt momenteel. En omdat de buitenlandse veilingen daar eigenlijk ook niet

geschikt voor zijn, want voordat je iets naar het buitenland stuurt, moet je natuurlijk wel het vertrouwen erin hebben, dat je het daar gaat verkopen. Er zitten natuurlijk ook extra kosten aan, als je het daar naartoe stuurt. Dus ja, we nemen een stuk kritischer in, dan toen we hier nog veilingen hadden. Al werd het in de loop der jaren, dat we hier nog veilden, ook steeds selectiever, want voeger veilden we letterlijk alles. En toen is er een grens gesteld van 2000 euro en daarna 4000 euro. En nu voor schilderijen op veilingen in het buitenland zitten we op 8000 euro. Je moet dus steeds selectiever aannemen, en vooral ook mensen willen ook geen schilderijen meer die in slechte conditie zijn. Dus dat. Ook al is het van een bekende kunstenaar, maar het paneel is in tweeën en het is slecht gerestaureerd, dan kunnen we soms ook besluiten om het niet te veilen. De kopers zijn heel kritisch geworden en dan moeten wij daarin meegaan. Anders verkoopt het gewoon niet.

### **8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte zijn van de potentiële kopers?**

De veiling is eigenlijk het meest eerlijke proces van marktwerking, omdat de competitie het hoogst is. De prijs wordt bepaald door de vraag, en het aanbod, nee, dat is allemaal heel transparant. Het is ook zelfs zo, dat wij niet het overzicht hebben als je telefonisch zit te bieden tijdens een veiling. Dan weet je niet wie er nog meer op een bod zitten. In the old days was dat wel zo. Maar je moet het wel voor je eigen veiling en vakgebied, weet je meestal wel, je hebt op de kijkdagen gestaan, je heb aanvragen gekregen, mensen die interesse hebben getoond. Je weet natuurlijk wel ongeveer wie er allemaal gaan bieden, maar je weet natuurlijk nooit tot welk bedrag ze gaan. Er is nooit iemand die van te voren zegt: ik wil tot daar bieden en daarna niet meer. Tenminste mensen die echt ervaren zijn, zullen nooit het achterste van hun tong laten zien voorafgaand aan de veiling en vertellen wat ze ervoor over hebben. En dan nog is het zo, dat ze in the heat of the battle toch meer gaan uitgeven, dan ze van plan waren. Dus nee. Het is niet zo, dat we te voren weten tot hoe ver ze gaan bieden en ook niet wie er allemaal gaan bieden. Maar je weet wel wie er geïnteresseerd zijn, tenminste als het jouw klanten zijn. En het maakt ons natuurlijk niet uit wie het krijgt. We vertegenwoordigen de verkoper, dus we proberen het voor een zo hoog mogelijke prijs te realiseren. We hebben het zelfde belang als de verkoper. En als iemand het er niet voor over heeft, dan moet ie niet bieden. En zo wel, dan wel. Het is natuurlijk ook heel spannend, en daarom houd ik het ook al zo lang vol. Het hele veilen is natuurlijk elke keer weer heel spannend. Van wie gaan het kopen en welke nieuwe kopers zijn er weer bij? Dat is ook interessant, we werken er

natuurlijk ook steeds aan om nieuwe kopers te vinden. Daar moet je ook wel proactief in zijn om samen met andere instanties een event te doen. Nou je kunt het zelf wel invullen, hoe je nieuwe mensen kunt ontmoeten. Dus het is heel belangrijk om de groepen steeds meer uit te breiden. Het is de laatste jaren met al die opkomende nieuwe markten, van de Russen en Chinezen en Arabieren zijn er natuurlijk op elke veiling vele nieuwe kopers. Ook vooral in het nieuwe hoge marktsegment, die je aan die kopse groep kunt toevoegen. En soms komt er out of the blue een nieuwe koper, waarvan je helemaal niet wist dat die geïnteresseerd was. We hebben een keer gehad, toen hadden we een schilderij in een Amsterdamse veiling. Hij stond voor een half miljoen. We dachten nog, nou zou die wel gaan, zou die niet gaan? Nou letterlijk een half uur voor de veiling belt er een Amerikaan, en hij vertelt dat zijn vrouw binnenkort jarig is en dat hij op zoek is naar een schilderij en het moet een beetje romantisch zijn. Die man had nog nooit gekocht, maar die koopt 'm voor een miljoen! Het zijn soms factoren die je niet van te voren kunt overzien, die opeens uit de lucht komen vallen en die toch een mooie verkoop bewerkstelligen.

## **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven?**

Begin jaren '90, toen was ik zelf nog niet zo lang bezig, dus toen was het en is het natuurlijk, en eigenlijk nog steeds heel spannend. Er waren toen mensen, die hadden een werk van Toorop, waarvan ze niet wisten wat het was. Stond ergens op zolder. Gelukkig wisten wij wel wat het was. We hebben toch niet een te gek lage prijs opgezet, want je moet toch gewoon de dingen, je mag ze ook niet onderwaarderen. Je wilt wel dat ie verkoopt en niet omdat de prijs aantrekkelijk is. Maar Sotheby's is niet zo van, als de mensen het niet weten wat het is, gaan we het lekker voor heel weinig omzetten. De prijzen moeten wel realistisch zijn en dat bracht uiteindelijk een ton op. Die mensen waren letterlijk in tranen van geluk. Er komt bij kunst ook wel heel veel emotie kijken, en ook dat mensen geen afstand kunnen doen van dingen. Het heeft natuurlijk ook altijd een emotionele waarde. Het ging in dit geval dan niet zozeer om het kunstwerk, maar die hadden er zo niet op gerekend. Toch nog drie keer de taxatie waarde, omdat het zo zeldzaam is, is het moeilijk te waarderen. Dat is ook weer een antwoord op wat moeilijk te waarderen is, stukken die geen vergelijkbare werken hebben gehad. Wat nogal eens voor verrassingen kan zorgen, zowel voor inzenders als voor ons ook. En dat komt nog wel eens voor. Een ander voorbeeld, vorig jaar was er een Frans salonstuk wat voor 50.000 euro verzekering was getaxeerd en dat bracht 3 ton dollar op in New York. Dit zijn vaak

erfstukken, zijn altijd op dezelfde waarde getaxeerd door de verzekering en er zitten dus nog wel eens verassingen tussen.

---

Datum: 31 mei 2013

Veilinghuis: Sotheby's

Geïnterviewde: Martine Lambrechtsen

Functie: Specialist Old Master Paintings

Aantal jaren werkzaam bij veilinghuis: 10 jaar

Plaats: Amsterdam

Duur: 34:29

### **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Ja, de meesten van ons hebben kunstgeschiedenis gestudeerd, dus je weet van de basis wel veel. Maar je leert eigenlijk het meest van zien en kijken. En vooral, wat zie ik nou eigenlijk, in musea waar je met je studie naartoe gaat, hangen gewoon kant en klare schilderijen. Meestal allemaal toegeschreven, niet allemaal, maar in goede staat. Allemaal goed gerestaureerd. Daar kom je binnen een veilinghuis minder snel mee in aanraking. Je moet dus echt kijken naar wat zie ik. Dus ervaring is heel erg belangrijk.

### **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij? En hierbij bedoel ik het proces zonder te letten op specifieke punten.**

Dat is misschien wel een verschil tussen Oude Meesters en 19<sup>e</sup> eeuw, want wat ik vooral als eerste doe is, wat zie ik, wat heb ik voor me? Want waar bij de 19<sup>e</sup> eeuw, het meestal allemaal gesigneerd is en moet je juist op je hoede zijn als het niet is gesigneerd, kom je die bij Oude Meesters maar heel zelden tegen. Dus wat zie ik, als het gesigneerd is, kijk ik of het klopt. Maar heel veel schilderijen zijn niet gesigneerd, dus dat is eigenlijk het eerste wat ik doe. Waar heb ik mee te maken? Ik draai het ook vaak om. Kijken naar de achterkant, hoe ziet het doek eruit of het paneel eruit? Dat zijn de basisdingen, van waar kijk ik naar, is het gesigneerd, hoe ziet de achterkant eruit? Ik kijk ook wel meteen hoe de staat, de conditie is. Bij een Oude Meester is het vaak bedoekt, heel zeldzaam als het niet bedoekt is. Als dat zo is, geeft dat je ook weer een clou. Als het niet gesigneerd is, want als je het niet weet moet je dus

ook alle elementen van wat je zeker weet aan de hand van het object bij elkaar brengen. Want dat bepaalt uiteindelijk de waarde. Als iemand hier komt met een schilderij, het ziet er goed uit, maar ik weet niet wat het is. Dan kan ik eigenlijk nog niks zeggen over de waarde. Ik kan natuurlijk wel zeggen het heeft kwaliteit. Maar ik weet niet precies wie het geschilderd heeft. Het kan misschien een bedrag van x/y opbrengen, maar dat doe ik eigenlijk nooit, totdat ik zeker weet wat ik het kan noemen. Dus dat is voor Oude Meesters heel belangrijk. **Doet u van te voren veel onderzoek als u niet weet wie de kunstenaar is?** Ja, kijk maar naar al die boeken die hier staan. Je probeert dus eigenlijk te kijken als het niet gesigneerd is, waar doet het me aan denken? Daar komt ervaring ook bij kijken, je bent een soort van database in je hoofd aan het ontwikkelen door heel veel te zien. En dan heb ik heel vaak dat ik denk, oh dat doet me denken aan dat en dat schilderij, wat ik daar en daar heb gezien. Dus heel veel zien helpt je dus die database in je hoofd te vergroten. En je kijkt bijvoorbeeld bij een landschap, je hebt een soort van kapstok waar je het aan hangt, waar worden dit soort landschappen geschilderd, bijvoorbeeld in Haarlem of in Amsterdam of in Utrecht en dan heb je een stad. Je moet natuurlijk eerst beginnen met een land, is het überhaupt wel Nederlands of is het Vlaams of Italiaans of is het Frans? En dan ga je door naar kan ik het aan een stad verbinden, kan ik het aan een bepaalde stroming verbinden, kan ik het aan een bepaalde kunstenaar verbinden?

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Nou, voor de waardebepaling is het belangrijk, stel dat je weet door wie het geschilderd is, de kunstenaar is een belangrijke waardebepaling, is het iemand die bijzonder is of bijvoorbeeld commercieel in trek? Interessant op dit moment, mensen die op dit moment heel populair zijn, schilders bedoel ik dan, je denkt ook aan het onderwerp. Een stilleven met bloemen is makkelijker te verkopen, dan stilleven met een dode haas bijvoorbeeld. Dat is ook een belangrijke waardebepaling. Maar aan de andere kant als het een schilder is die bekend staat om zijn prachtige stilleven van dode dieren, dan is dat weer een ander verhaal. Dus de kunstenaar is het belangrijkste eigenlijk en de conditie is belangrijk. Dus de toestand van het schilderij. Iets kan een prachtige Rembrandt zijn geweest, maar door de tijd zo zijn gerestaureerd en zo weinig originele verf meer hebben bijvoorbeeld. Dus dat is heel erg belangrijk.

### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ja ik denk het wel. Herkomst is ook belangrijk, niet dat het echt een waardevermeerdering heeft, die je zeg maar niet in cijfers uitdrukt in een taxatie. Maar het is wel van belang, omdat het interessant kan zijn voor de verkoper. Dus als iets uit een goede collectie komt, een belangrijke collectie of als je iets helemaal terug kan herleiden tot de 17<sup>e</sup> eeuw bijvoorbeeld, is het in die zin een waardevermeerdering, omdat het dat object mooier en interessanter en belangrijker maakt. Niet dat ik dan denk, dan kan ik er 5000 euro meer op zetten, maar het maakt het wel bijzonderder. Dat zijn wel dingen waar je op let of waar je zoveel mogelijk van af wil weten.

### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Het is in Modern en Hedendaags ook vaak de hype van de kunstenaar. Kunstenaars die in de 17<sup>e</sup> eeuw heel populair waren en beroemd, kennen we nu bijvoorbeeld helemaal niet meer. En andersom net zo, bijvoorbeeld Vermeer waar we nu bij wijze van spreken miljoenen voor uit zouden geven, dat is zo'n kunstenaar waar zo weinig van bekend is en die zo weinig geschilderd heeft. Die is pas sinds de 19<sup>e</sup> eeuw pas weer ontdekt. Bijvoorbeeld Adriaen Coorte, die is de laatste dertig jaar weer herontdekt, en nu enorme bedragen oplevert. Terwijl hij in zijn eigen tijd, eind 17<sup>e</sup>, begin 18<sup>e</sup> eeuw niet eens zo heel erg populair was. Dus die hype speelt dus ook wel door in de 17<sup>e</sup> eeuwse kunst of Oude Meesters. Maar het is moeilijk om daar een verschil in aan te brengen.

### **6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?**

Als je het niet weet en je taxeert het op 10.000 tot 15.000 en het doet een ton, dan heb je zeker iets over het hoofd gezien. Dus het is belangrijk om je onderzoek goed te doen voor de waardebeoordeling. Het is geen hard science, maar het is een gevoel. Je kijkt naar wat de markt doet. Wat er de afgelopen maanden en jaren met vergelijkbare schilderijen is gebeurd, die zijn geveild en dan hang je het daar aan op. En zo kan het dus zijn, dat er verschil tussen de jaren is ontstaan. Dus iets wat tien jaar geleden iets hoger was is nu lager of andersom, en het is dus gewoon heel erg een gevoel. Ervaring is dus echt het allerbelangrijkste. En ik zit hier nu bijna tien jaar, maar nog steeds denk ik wat weet ik weinig. En je zult merken dat bij een veilingwezen mensen heel lang werken. Eveline van Oirschot werkt hier bijna dertig jaar, en het is heel erg leuk werk en je leert iedere dag.

## 7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?

Ja. Je bent selectief, omdat we dat moeten zijn in deze markt. Omdat we merken dat niet alles meer zo goed verkoopt als dat het een paar jaar geleden deed. Waar zeg vijf tot tien jaar geleden de Kleine Meesters, de onbekendere schilders nog best wel goed verkocht werden, is dat nu wat lastiger. Er is toch echt wel echt last van de crisis. Mensen zijn voorzichtiger met het uitgeven van geld. Er is nog wel heel veel geld wat uitgeven wordt aan kunst, maar dat wordt dan vooral uitgegeven aan de kwalitatief hele hoge stukken. Bijzondere werken, werken die lang niet op de markt zijn geweest, dus onbekend voor het grote publiek. En dus wat ik zei, kwalitatief heel hoog, dan wordt er heel veel geld voor neergelegd. Dus iets wat bijzonder is, want er is weinig nu. Er wordt weinig kwaliteit aangeboden, omdat het er gewoon weinig is en waar men vijf tot tien jaar geleden ook voor de mindere schilders geld neerlegde, omdat ook dat wel goed werd verkocht. Dat is nu een stuk minder. Dus moet ik selectiever zijn en ook omdat we niet meer in Amsterdam veilen, maar ook in Londen en New York moet het ook de moeite waard zijn om het naar die plaatsen te versturen. In Amsterdam was het dan vaak zo, dan kwam er iemand binnen met een leuk schilderijtje en dan dacht ik ja we proberen het voor 5000 euro. En nu doe ik dat niet meer, want dat is gewoon niet meer de moeite waard. En omdat we merken dat een schilderij van 5000 euro wel moeilijker verkoopt nu. **Verschilt dat dan inderdaad ook echt, dat de kopers in Londen een andere smaak hebben?** Nee, het is niet zozeer de smaak, want de smaak voor Oude Meesters is heel mondiaal, dus of je nou een Oude Meester uit Amsterdam of Londen of New York verkoopt, maakt eigenlijk niet zoveel uit. Want de markt is een 'global market', dus over de hele wereld eigenlijk hetzelfde. Dat is ook anders dan 19<sup>e</sup> eeuw, 19<sup>e</sup> eeuw heeft echt een specifieke Hollandse of Belgische markt eigenlijk. En dan zie je dat dat soort schilderijen het in het buitenland niet zo goed doen. Maar voor Oude Meesters is dat niet zo, die kun je overal eigenlijk wel verkopen, want echt een relatief kleine groep die geïnteresseerd is en die koopt overal. Die smaak is overal het zelfde. Er is dus eigenlijk geen verschil in smaak en zeker in de tijd met internet is het zo dat iedereen weet wat er speelt en iedereen is op de hoogte. **Maakt dat het soms ook lastiger?** Voor ons niet zozeer, want voor een veilinghuis is het heel belangrijk om zoveel mogelijk mensen te laten weten van je veiling, dat je zoveel mogelijk geïnteresseerden mensen hebt. Want hoe meer mensen je geïnteresseerd hebt, hoe hoger de prijs ook kan worden. Maar voor de handel is het waarschijnlijk wel lastig, want de



handel die vindt het natuurlijk niks, dat alles op internet staat en dat er precies te achterhalen is wat er wordt betaald.

### **8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte te zijn van de potentiële kopers?**

Ja, je houdt er wel rekening mee, want je weet soms dat iemand op zoek is naar iets en je weet ook, dat wanneer een onderwerp populair is, bijvoorbeeld het stadsgezicht van Amsterdam, en je weet dat er iemand bijvoorbeeld altijd stadsgezichten van Amsterdam koopt, maar je weet ook dat dat museum nog geen stadsgezicht heeft, maar daar eigenlijk nog wel naar op zoek is. Of dat een verzamelaar ook graag een stadsgezicht wil hebben, of je weet dat die klant van jou ooit zoveel heeft willen betalen voor een schilderij maar het net niet heeft gekregen. Dat is ook belangrijke informatie. Wij weten natuurlijk wie er bieden op een veiling. Je weet dus ook wie het uiteindelijk niet heeft gekregen, omdat hij de onderbieder is geweest. omdat hij dacht dit is me te gek, ik stop, maar had hij dus wel dat geld over. Dus onderbidders zijn voor ons dus hele belangrijke mensen, omdat we weten. Hé wacht eens even, ze waren wel bereid om zoveel geld uit te geven voor een schilderij, ze hebben het uiteindelijk niet gekocht, omdat iemand een stap verder ging. Maar hij is kennelijk wel zo geïnteresseerd, dus dat neem je wel mee. Niet zo letterlijk, maar tijdens je taxatie hou je daar toch wel rekening mee. Maar je weet ook wel of iets populair is of niet. Of iets gezocht is en dan kun je daar toch wel iets van rekening mee houden. **En is het dan ook zo als je dan inderdaad de waarde gaat inschatten, dat je het dan hoger zet, omdat je dan denkt dat er meer mensen gaan bieden?** Nou nee, je zet het niet hoger. Het werkt zo, een taxatie is een richtprijs, die staat in de catalogus afgedrukt als zijnde een richtprijs. Daarom staan er ook twee, waarvan we denken dit zou een goede opbrengst zijn. Dat geeft aan wat het waard is en wat wij denken dat het zou moeten opbrengen. Maar dat wil niet zeggen dat het de waarde is. Want die wordt pas bepaald ten tijde van de veiling, omdat dan mensen gaan bieden en dan het uiteindelijke bedrag eruit komt. En dan zie je dus soms dat je 'm veel te laag hebt geschat, omdat dus het kennelijk heel erg populair was. Er hoeven maar twee mensen het heel erg graag te willen hebben en dan kan zo'n prijs heel erg omhoog schieten natuurlijk. Maar je houdt er dus in die zin wel rekening mee, maar je moet wel voorzichtig zijn met je taxatie. Want als je te hoog taxeert, als je denkt nou dat schilderij zou misschien 20.000 euro opbrengen, dan moet het niet taxeren op 20.000 tot 30.000 euro. Want dan zit je al op die grens, en dan zijn er bijvoorbeeld mensen die afvallen, omdat ze het te hoog vinden. Terwijl ze het met 10.000

tot 15.000 euro nog best hadden willen proberen. Je moet heel erg denken. De veiling is echt een soort van emotie en ook een spel, wanneer krijg ik genoeg geïnteresseerden mee die willen gaan bieden. Dat is vooral waar je rekening mee houdt, wat denk ik dat het waard is. Ik kijk dus ook heel veel naar recente opbrengsten, wat doet iets nu. Italiaanse kunst bijvoorbeeld, van kustenaars die we niet zo heel goed kennen, tenminste niet hier in Nederland, dat is nu bijvoorbeeld moeilijk. Dus dan moeten we gewoon voorzichtiger zijn met de taxatie. Als je ziet dat bijvoorbeeld bloemstillevens, die gingen echt door het dak de afgelopen veiling. Je kijkt heel erg naar wat de markt de afgelopen veiling heeft gedaan en daar baseer je het op. En ook hoe krijg ik zoveel mogelijk geïnteresseerden. Het moet natuurlijk wel een aannemelijke waarde zijn en je moet niet voor een dubbeltje op eerste rang willen zitten. Maar het is wel belangrijk om dat in de gaten te houden en te denken, hé is dat nu een populair schilderij of een schilder. Hoe krijg ik zoveel mogelijk mensen die mee willen gaan, want we werken voor de inbrenger, dus we willen een zo hoog mogelijke opbrengst genereren. **En ga je dan ook echt specifiek op zoek naar kopers?** Ja, we hebben natuurlijk onze catalogi, die we eruit sturen naar onze vaste klanten. En internet is natuurlijk heel erg belangrijk en groot, en je belt mensen ook wel eens op om te zeggen, let op dit komt eraan, ik weet dat je hier in geïnteresseerd bent. Dat doe je en musea probeer ik ook altijd net eerder te bellen dan de catalogus uitkomt, omdat musea natuurlijk heel lang nodig hebben om hun fondsen bij elkaar te krijgen. Dan is het dus wel belangrijk als je weet dat een museum dat eigenlijk al heel lang zoekt, dat je hen iets eerder op de hoogte stelt. Dat doen we wel eens ja. Dan helpen we ze om zo lang mogelijk de tijd te geven, dus in die zin benader je de kopers zeker. **Is het dan ook zo dat vooral musea op zoek zijn naar Oude Meesters in plaats van mensen die het in hun huis willen hangen?** Nee, musea die kopen niet vaak op veilingen. Ze kopen wel, maar het is voor hen moeilijk om snel te beslissen. En de veilingcatalogus komt ongeveer een maand van te voren uit, en als ze het van te voren niet weten. En al weten ze het van te voren en ze hebben de fondsen niet bij elkaar, dan kunnen ze niet bieden of dan weten ze in ieder geval niet tot hoe ver ze kunnen bieden. Dus als een museum iets op een veiling koopt is dat hartstikke goed. Vinden wij heel fijn, maar we zien toch dat het niet veel gebeurt. En particulieren en handel kopen veel op de veiling.

## **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven binnen uw loopbaan?**

Dat is er één met kop en schouders, ik noemde net Adriaen Coorte, een kunstenaar uit Middelburg en die had twee stillevens van een bakje met aardbeien en een stilleven met een

plankje met twee abrikozen en een perzik en een vlindertje. Die is dus waarzinnig populair, omdat hij de laatste dertig jaar pas eigenlijk weer ontdekt is. En zijn stilleven zijn haast modern in hun uitvoering, want hij schildert ze rond 1692-1708, terwijl in die tijd stilleven heel erg met pracht en praal waren en bloemen heel erg groots waren. In het Rijksmuseum hangt bijvoorbeeld een plankje met een bosje asperges met een zwarte achtergrond. Heel erg subtiel en klein, heel erg modern eigenlijk. De schilderijen die wij binnenkregen kwamen van een familie en die hadden het bijna weggegooid bij wijze van spreken. Die wisten niet wat het was en die hadden het weggezet. Maar ze belden toch, omdat er A. Coorte op stond. En toen waren wij natuurlijk helemaal door het dak, en het bleek goed te zijn. En toen hebben we ze getaxeerd op 100.000 tot 150.000 euro per stuk en ze hebben uiteindelijk per stuk 1.3 miljoen en 1.35 miljoen opgebracht. Dan zeggen mensen bijvoorbeeld, dan heb je dus niet goed getaxeerd. Maar in dat geval, ja oké we wisten dat we aan de lage kant zaten, ik had de hoop dat het zo rond de vier ton zou gaan doen. Dat was al in mijn stoutste dromen, dat durfde ik ook niet tegen de familie te zeggen. Maar dat het zoveel opbracht, dat was ongelooflijk. En wat daarna gebeurde, dat was in 2009, daarna hebben alle Coortes ongeveer zo rond die prijs opgebracht, terwijl dat toen even het recordbedrag was. Toen wisten we dus dat ze zo zijn gezocht en ze zijn zeldzaam, dus er zijn een aantal spelers in de markt, die zijn op zoek naar schilderijen van Adriaen Coorte. Omdat ze zeldzaam zijn, zijn ze er niet vaak, dus als ze er zijn dan biedt iedereen daarop en dan gaat dat natuurlijk omhoog. Dat was natuurlijk geweldig en de taxatie hebben we toen zo gedaan. We moesten heel voorzichtig taxeren, omdat de familie ook totaal geen idee had, moesten we ook een taxatie geven die hen niet helemaal lamsloeg. En dus een taxatie die interessant was voor iedereen om op te bieden, en dan zie je dan schiet het omhoog. We zeggen ook vaak liever laag taxeren, dan meteen taxeren wat het meteen gaat opbrengen. En dat is voor onze inbrengers vaak een lastig verhaal, dan kan het dus ook voor 100.000 euro verkocht worden. Ja dat risico is er. Maar onze ervaring leert dat als je het lager inschat of voorzichtiger inschat, dat de kans aanwezig is, dat het meer opbrengt. En dat is dus een balans die je moet vinden, dat je niet te laag doet want dat is onzin. Dat doet ook geen recht aan het schilderij, maar dat je wel een goede balans vindt, dat het een goed bedrag op gaat leveren. **Hangt natuurlijk ook weer samen met ervaring?**

**Lijkt me in het begin heel moeilijk.** Ja, maar wat ook zo is, wat ik doe en ook mijn collega's in Londen ook. We houden het even tegen iemand anders aan. Waar ik hier mee te maken heb is onder de ton, maar ik toets meestal alles nog even bij iemand anders, want het is interessant om te horen wat iemand anders zegt. En soms zeggen we het zelfde, maar soms zeggen we iets anders. En ook zegt bijvoorbeeld iemand iets heel anders, omdat die weet dat die en die

op zoek is naar dit schilderij en ik weet dat die ook geïnteresseerd is. En daar bepaal je dus de prijs mee.

---

Datum: 3 juni 2013

Veilinghuis: Atelier57 Kunstveilingen

Geïnterviewde: Cees Timmermans

Functie: Directeur

Aantal jaren werkzaam bij veilinghuis: 6 jaar

Plaats: Boskoop

Duur: 30:15

### **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Ja, dat is heel belangrijk, dat groeit eigenlijk iedere dag wel. Naarmate je meer ziet, dan kun je elke keer beter beoordelen, wat de waarde en kwaliteit enzovoort ervan is. Van de kunstopleiding dan maak je kunst, maar dan ben je helemaal niet met waarde bezig eigenlijk. Dus in die zin voegt het niks toe, maar doordat je zelf daar ook mee bezig bent kun je techniek wel goed beoordelen, of dingen goed gedaan zijn of dat het slechte behandeling van het materiaal is of juist goed of dat kun je wel goed bepalen. Maar de waarde, dat is gewoon een heel ander verhaal, dat heeft bijna nog niet eens iets met elkaar te maken bij wijze van spreken. Ik ging vroeger veilingen langs en dan kocht ik wel eens een dingetje en dan ga je merken, dat ligt zo in de markt en dat ligt zo in de markt. En dan ga je er een waarde aan toevoegen en zo groeit dat dan, dat je daar meer kijk op krijgt.

### **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij? En hierbij bedoel ik het proces zonder te letten op specifieke punten.**

Je gaat eerst kijken naar kwaliteit, ook voor de veiling moet je sowieso het meest eenvoudige beoordelen. En dat is kijken of het een origineel is of een reproductie. Dat is belangrijk, en dan tegelijkertijd, daardoor kijk je naar de kwaliteit van het schilderij ook en dan valt het een beetje uiteen in Moderne Kunst en de Klassieke Werken, werken van 100 jaar of ouder of uit de vorige eeuw. Van de oude werken, daar moet je door ervaring ook heel goed kunnen zien of het daadwerkelijk uit die tijd komt, wat de voorstelling voorstelt. Dat het ook echt in die

tijd geschilderd is, want je hebt natuurlijk ook heel klassieke werken, die tien jaar geleden geschilderd zijn. Dat moet je dus goed kunnen onderscheiden, dus dan kijk je naar materiaal. Bij schilderijen is dat wel bekend, dan kijk je als eerste naar de achterkant en wat op doek is gedaan kijk je naar het doek. Naar de spiralen, naar de doek, dat het niet met nietjes zit, maar met spijkers en met wat voor spijkers, of het handgemaakte spijkers zijn, en dat zijn allemaal indicaties voor de leeftijd van het schilderij en daarbij kijk je ook naar de signatuur. Bij oude schilderijen wordt wel eens een nieuwe signatuur gezet en dan is het dus vervalst. En dan kun je met een UV lamp kijken of het bijgewerkt is en of de signatuur later toegevoegd is. Het is niet altijd goed te zien, maar grofweg kun je dat wel redelijk bepalen. Maar het Moderne Werk is nog wel anders, vooral de zeefdrukken en litho's van Corneille en Appel en Brood. Dat is bekend, dat daar heel veel vervalsing plaatsvindt. Maar dat is toch wel vrij moeilijk te bepalen of dat echt is of niet echt is. Dat is heel tricky, en daarbij is het dan belangrijk dat je vraagt waar komt het vandaan. Is het gekocht, waar is het gekocht, hoe lang is het al in bezit? En aan de hand daarvan, alles bij elkaar, kun je dan zeggen van, nou dat is haast wel zeker origineel of dat je denkt, nou dat lijkt me echt niet goed. En dan weiger ik het ook meestal. Ik wil zelf ook geen buil daaraan vallen. **Doet u dan ook veel onderzoek als u niet precies weet waar het vandaan komt?** Nou, als het belangrijke werken zijn of van grote waarde, dan overleg ik met collega's die meer gespecialiseerd zijn, bijvoorbeeld in grafiek of 16 of 17<sup>e</sup> eeuwse kunst. Dan overleg ik wel, om dan toch tot een oordeel te komen. En ik kan natuurlijk ook bij de RKD in Den Haag, daar kun je onderzoek doen en vergelijkingsmateriaal opzoeken. Dus dat doe ik ook wel, maar alleen bij wat duurdere werken die meer waarde hebben. Dat het zin heeft om daar tijd in te steken.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Ten eerste dus kwaliteit, daar kijk ik eerst naar. Dan ga je kijken naar de signatuur of die erop staat. Dan kijk je ook naar de staat van het schilderij natuurlijk, of de verflaag, of de conditie zeg maar goed is. En dat het er niet afvalt bij wijze van spreken, of dat er beschadigingen zijn aan het doek of aan de lijst, dat ik er geen mankementen aan heb zitten. Er mogen wel mankementen aan zitten, maar die moet je dan wel vermelden ook bij een veiling. Als het op de prijs van invloed kan zijn, hele kleine krasjes of dingetjes, ja alles is oud of tweedehands natuurlijk, dus er zitten wel sporen aan. Dat is dan wat je in eerste instantie naar kijkt, maar dan ben je nog niet aan de waardebepaling toegekomen. **Wanneer gaat u daaraan beginnen?** Als je dus de kunstenaar kent, dan weet je gewoon uit ervaring hoe de prijzen

momenteel liggen. Dan kun je wel een schatting maken voor degenen die dan zo'n werk inbrengt. Dan kun je zeggen dat zal tussen de 700 en 800 euro liggen. Dat is dan het eerste, waarvan mensen zeggen, nou ik breng 'm wel in of nee ik doe het niet, want ik wil er eigenlijk meer voor hebben. Maar in tweede instantie, ga ik dan ook altijd vergelijken met de prijzen die elders, de afgelopen tijd op allerlei veilingen van over de hele wereld zijn behaald, als dat tenminste verkocht wordt en waar het verkocht wordt. Die sites zijn er dus waar alle uitkomsten van de veiling op vermeld staan. Dan kun je aan de hand daarvan echt de dagwaarde bepalen. Dan kun je echt zien dat er een trend is van de afgelopen twee jaar, dat een bepaalde kunstenaar heel erg omhoog is gegaan, dat er veel interesse voor is of juist andersom. Dat iemand helemaal wegzakt, en dat iemand die dan vrij gezocht is, dat daar opeens geen belangstelling meer voor is, dan zakt de prijs heel snel in elkaar. Maar dat is dan wel de waarde van dat moment. **Hoe denkt u dat het komt dat de waarde kan zakken?** Ja, dat heeft te maken met de smaak. Er zijn bijvoorbeeld mensen die verzamelen, vooral kunstenaars die in de regio bekend zijn worden verzameld door mensen die uit die regio komen. En die kopen dan die schilderijen en daardoor hebben die schilderijen zeg maar een behoorlijke waarde, omdat plaatselijk veel mensen dat werk zoeken. Als dat bijvoorbeeld een beetje romantisch werk is en dat wordt toch het meest gewaardeerd door wat oudere mensen. Op een gegeven moment worden die mensen zo oud, die gaan wat kleiner wonen of ze overlijden en dan komt het in nalatenschappen terecht. Of ze verkopen het, omdat ze te weinig ruimte hebben. Maar dan komt het weer op de markt, maar de groep die het wil hebben die wordt dan steeds kleiner. En doordat die groep kleiner wordt, daalt de interesse en daarmee ook de prijs. Dus op een gegeven moment, in het begin had ik werken van een kunstenaar van hier uit de buurt en die verkocht ik echt voor behoorlijke prijzen. En nu raak ik ze haast niet eens meer kwijt op de een of andere manier. De prijzen die zakken dan van 1500 euro naar 300 euro. Dus dat kan gewoon gebeuren. Het is inderdaad, de mensen die geïnteresseerd zijn. die groep die wordt kleiner voor dat soort werk. Dat merk je wel met het klassieke werk. De landschapjes en stillevenen uit de midden vorige eeuw, dat wat niet heel bijzonder is, is nu echt heel weinig waard.

#### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ja in principe wel. Maar je hebt zelf natuurlijk ook een bepaalde smaak dat het één je meer aanspreekt dan het ander. Dan ben je wel geneigd om daar wat meer waarde aan te hechten. Dan denk je, nou dat is wel heel bijzonder. Maar dan is dat misschien van een onbekende

kunstenaar, maar dan vind je het wel heel goed. Maar de marktprijs zou dan wel laag zijn, maar dan vind ik dat gewoon te weinig. En dan taxeer je eigenlijk wel eens hoger, dan wanneer het de markt zou zijn. Maar dat is dan ook je persoonlijke kennis. Dus je persoonlijke smaak heeft er ook wel invloed op, maar over het algemeen kijk je toch wel naar de marktwaarde. Want dat is toch wel het meest realistisch natuurlijk.

### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Nou ja, het is bij die Oudere Meesters, daar moet je goed letten op de staat van het werk. Soms moet dat schoon gemaakt worden, of toch moet dat verdoekt worden. Dat daar ander doek achter geplakt moet worden of dat het vervangen moet worden, dat is weer specifiek voor de oude werken. Dat heb je met nieuwe werken natuurlijk niet, de kwaliteit is meestal prima en dan hoef je daar niet op te letten. Maar met Modern Werk moet je weer veel meer letten op vervalsingen, in de grafiek in ieder geval, dat gebeurt dan nog wel. Daar is het weer moeilijker te achterhalen. Bij een oud werk kan je kijken of het vervalst is, door te kijken naar de materialen die gebruikt zijn. Daar kun je veel meer informatie uithalen. Bij een Modern Werk of dat nou een tekenpapier of een doek is van tien jaar terug, of twintig of vijftwintig jaar terug. Dat is niet zo makkelijk te zien dat verschil, dat zijn wel specifieke dingen. Maar verder kijk je naar dezelfde dingen, de kwaliteit en dat soort dingen.

### **6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?**

Ja, de waarde bepalen is dan op zich niet heel moeilijk, omdat je tegenwoordig zoveel referentie hebt. Als het tenminste elders ooit is verkocht op een veiling, dan kun je dat nakijken en dan heb je dus een hele goede referentie aan om de waarde te bepalen. Want als iets echt verkocht is voor een bepaalde prijs en een aantal keren op verschillende plekken, dan heeft het overeenkomsten. Dan weet je wel van, nou dat moet wel ongeveer die waarde hebben. Dan kijk je natuurlijk ook wel naar wat er geschilderd is, want het ene schilderij is het andere natuurlijk niet. Maar aan de hand van wat je dan weet en wat je kunt vergelijken, kun je goed een prijs bepalen. Voor de prijs te bepalen kom je meestal wel goed uit, maar het is vooral dat de echtheid moeilijker te bepalen is. Maar qua prijs lukt dat altijd wel, omdat er zoveel referentie voor is.

## **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**

Ik neem in ieder geval geen gedrukte reproducties aan. Normaal gesproken heb je nog wel eens hele bijzondere reproducties, affiches uit de jaren twintig van de vorige eeuw. Dat wordt ook heel erg verzameld, dat zijn wel bijzondere werken. Mensen knippen bijvoorbeeld ook plaatjes uit boeken of zelfs tijdschriften en lijsten die dan in, dat doe ik niet. Reproducties van geschilderde schilderijen doe ik nog wel eens, als het redelijk gedaan is. Maar dan mag je natuurlijk niet erbij zetten, dat het van de originele naam is. Soms wordt dat wel zo gesigneerd, maar dan wordt er geen geboortedatum bijgezet. En dat is een teken dat het dus niet origineel is. En dan staat er dus wel die naam eronder, maar dat zegt dus niets.

## **8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte te zijn van de potentiële kopers?**

Ja, nou die maken zich sowieso bekend de kopers, want hier is dan de veiling. Hier zijn kijkdagen in Boskoop en dan wordt er via internet geboden. En ook bij een gewone veiling moet je een formuliertje invullen met je naam, adres en gegevens. Dan krijg je een biednummer, hier is dat hetzelfde. Hier moet je ook gegevens invullen en dan mag je pas bieden, anders krijg je natuurlijk ook een hele hoop fake biedingen. Dus degenen die bieden zijn bekend. **En als u van te voren al weet dat er interesse is, zoals u net al zei vanuit de regio bijvoorbeeld, houd u daar dan rekening mee, dat u het bijvoorbeeld hoger prijst?** Nee, bij een veiling gaat dat vanzelf wel, want als er meer interesse is voor een werk dan wordt het vanzelf hoger verkocht. Want inderdaad, zeg maar hier in de regio als er meer mensen uit de regio zouden bieden, dan gaat die prijs vanzelf omhoog, omdat er meer interesse is. Dus bij een taxatie houd ik daar geen rekening mee, maar je weet wel dat het gaat oplopen. Dat kun je wel inschatten. **Of misschien doet het u wel andersom om meer bieders te trekken, dat u de prijs iets lager zet?** Dat is zeg maar in onderhandeling met degene die het inbrengt. Als iets bijvoorbeeld tussen de 500 en 600 euro zou kunnen opbrengen. Maar als die mensen zeggen, het staat in de weg of ik moet het kwijt, maar ze willen het natuurlijk ook niet weggeven. Dan adviseer ik als ze het echt kwijt willen, dat de kans wordt vergroot dat erop geboden wordt, als de prijs iets lager wordt ingezet. Maar dat is dan niet zozeer om een hogere prijs te krijgen, maar dan om een grotere kans te hebben dat er een bod op wordt gedaan. Maar ik merk wel, ik heb ook à tous prix, een tegen elk bod veiling, maar dat begint dan vanaf 0 euro. Dan begin je ook laag met een tientje te bieden en dat zijn wel veel meer biedingen dan normaal. Want normaal zet je het al op een bepaalde hoogte,



maar voor een tientje gaan er natuurlijk meer mensen bieden. Die haken daarop in en dan wordt er wel heel veel overboden. Dan gaan ze elkaar overbieden, dan heb je wel dat de werken, waar interesse voor is die lopen behoorlijk op. Hoger vaak dan wat de echte waarde eigenlijk is, dat is dan werk dat echt gewild is. Maar als je ook werk hebt, wat heel mooi is en heel goed gedaan is, maar waar weinig interesse voor is, dan kopen die mensen dat soms voor een tientje. Dat is ook het leuke van een veiling, dat er een kans is dat je hele goede dingen voor heel weinig geld kan kopen. En soms als je per se iets wilt hebben, dan heb je vaak ook meer betaald ervoor. Maar dan heb je wel wat je wilt. Dus het is vaak wel bevredigend.

### **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven in uw loopbaan?**

Niet specifiek iets, soms heb je wel eens dat je iets hebt en dat mensen dan blijven bieden. Dan denk je wel eens hoe kan dat, ik heb weleens een portret gehad, dat was ingezet op iets van 60 euro en dat heeft uiteindelijk 2000 euro opgeleverd. Dat was niet gesigneerd, het was gewoon maar iets waar mensen iets inzagen. Misschien dat ze dachten, dat is van een bekende schilder ofzo. Het was nou ook niet echt fantastisch gedaan, het had wel wat, maar daar kun je dan niet de vinger achterkrijgen waar dat door komt. En er waren een aantal mensen, die wilde het hebben en dan liep de prijs zo op. En dat was dan wel zoiets, waarvan ik dacht dat is wel bijzonder.

---

Datum: 11 juni 2013

Geïnterviewde: Sophie Bremers

Veilinghuis: Christie's

Functie: Specialist Old Masters & 19th Century Art

Aantal jaren werkzaam bij veilinghuis: 3 jaar

Plaats: Amsterdam

Duur: 27:36

### **1. Is de mate van ervaring van invloed, bij de taxatie van een schilderij?**

Ja zeker, hoe meer je gezien hebt, hoe beter. Omdat je toch een vergelijking moet hebben met andere schilderijen in je hoofd. Ik begon in 2005 bij Sotheby's, het is nu 2013. Ik weet nu natuurlijk veel meer dan toen, en over 8 jaar weet ik weer meer dan ik nu weet. Daarom ben je

ook met een heel team van experts. Je doet het nooit in je eentje, vooral in het begin natuurlijk. Dan moet je helemaal alles overleggen met je seniors en degenen die er met z'n allen aan werken. Nu ben ik een van de ouderen op de afdeling of in ieder geval wel het hoofd voor de afgelopen maanden. Dus dan ga ik het bij mijn collega's in Engeland na, die er ook al twintig jaar werken. Dus je overlegt alles, maar het helpt absoluut mee dat je meer ervaring hebt of dat je in ieder geval al een paar jaar in het vak zit.

**2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij? En hierbij bedoel ik het proces zonder te letten op specifieke punten.**

Eigenlijk als ik een schilderij voor het eerst zie, dus bijvoorbeeld iemand komt hier met een schilderij, mijn gut feeling, wat is je eerste indruk, denk ik eigenlijk al meteen dit heeft kwaliteit, dit ziet er goed uit, of heb ik zo'n onderbuik gevoel, dit is vals of het is niet goed. Dat vind ik heel belangrijk, je eerste indruk, bij Oude Meesters is het gewoon altijd onderzoeken. Tenzij het natuurlijk meteen een poster is of als je meteen ziet, dat het een 19<sup>e</sup> eeuwse kopie is. Maar onderzoek is heel belangrijk, want het merendeel is niet gesigneerd, en als het wel is gesigneerd kan het ook nog eens een valse signatuur zijn, dus dat wil allemaal niets zeggen. Dus dan ga je stilistisch onderzoek doen, naar het RKD in Den Haag. We bespreken het met de hele afdeling, één keer in de week hebben we een vergadering, dus alle schilderijen die die week zijn ingenomen, bekijken we met de hele afdeling. En dan is het gewoon, nou wat vind jij, wat vind jij? En de ene zegt bijvoorbeeld: ik denk dat we misschien even moeten kijken naar Ostade, dat we in die richting moeten kijken en de ander vindt weer een andere kunstenaar. En dat zijn dan allemaal ideeën die we verder gaan uitwerken. Heel belangrijk is dus ook de conditie van het schilderij, waar we dan naar kijken. Ook al heb je bijvoorbeeld een bekende naam, een Jan van Goyen, er zit zoveel verschil in prijs nog in en dan de conditie is ook heel belangrijk. Daarnaast kijk je naar de herkomst voor de taxatie. Heeft het een mooie herkomst, is het een Koninklijke herkomst, een belangrijke collectie, een bekende naam, waar het ooit in heeft gezeten? Dat zijn ook punten die meewegen en die voor een taxatie kunnen verschillen. Het onderzoek wat je doet, wijst ook vaak uit of iets al twee jaar geleden op de markt is aangeboden of dat het al op een beurs heeft gehangen. Je wilt verse werken, marktvers willen we hebben. Het liefst willen we iets wat al 50 jaar bij iemand aan de muur heeft gehangen of van zolder is gehaald, in plaats van dat het al de afgelopen op een veiling is geweest of bij de handel. Al die punten kijken we naar, van wat is dan de

taxatie. **Je vertelde net over die wekelijkse meeting, dat had ik nog niet eerder gehoord, is dat specifiek iets wat Christie's doet of gebeurt dat ook bij andere veilinghuizen?**

Nou, ik heb dus ook bij Sotheby's gewerkt en ik weet dat we het daar ook altijd deden met elkaar naar de schilderijen kijken. Hier doen we het dus ook, dus ik weet niet of andere veilinghuizen het ook doen. Maar het lijkt me wel verstandig. Het is zoveel beter, één iemand heeft dat schilderij misschien al eens gezien. Of iets wat erop lijkt en die zegt dan, dat is die kunstenaar, want die heb ik daar en daar gezien. Dus het is heel belangrijk om er met het hele team naar te kijken. We overleggen ook vaak met foto's. Als mensen foto's sturen, dan gaan we even zitten met elkaar of ik ben daar en daar geweest en ik heb foto's gemaakt. Wat vinden jullie en dan laat je dus niet je eigen taxatie zien. Dan is het dus eigenlijk een beetje een spelletje. Of we zitten allemaal rond de computer en dan is het van oké, ik heb deze foto gezien en dan moet iedereen op een post-it schrijven, hoeveel ze denken dat de taxatie is. Want bij alles laat je je ook soms beïnvloeden door wat anderen denken. Als jij eigenlijk denkt 8.000 tot 12.000 en je hoort iemand anders naast je zeggen 30.000 tot 50.000, dan denk je al gauw, oh dan zit ik vast te laag. Je moet echt van je eigen kracht uitgaan, maar uiteindelijk, als jij ziet dat jij de enige bent met 8.000 en rest zit allemaal op de 30.000 tot 40.000 dan weet je, wel hm misschien moet ik er nog iets beter naar de kunstenaar gaan kijken wat hij doet. Wat ook heel belangrijk is, we vergelijken alles met vergelijkbare werken en wat die de afgelopen jaren op hebben gebracht op veilingen. Dan kijken we bijvoorbeeld op Artnet en dan heb je dus hele kleine, bijvoorbeeld een Glerum staat er ook op of een heel klein veilinghuisje in Canada en natuurlijk alle grote veilinghuizen. En dan zoek je naar vergelijkbare werken, op doek of op paneel of een beetje hetzelfde formaat, dezelfde voorstelling, waar is het voor ingezet, wat de taxatie was, en wat heeft het opgebracht. Dus dat is ook waar we naar kijken.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Eigenlijk is het dus vooral, toestand, de conditie. Persoonlijk merk ik dat het de afgelopen jaren steeds belangrijker is geworden. Dat geldt voor alle schilderijen, maar ook wel heel erg voor Oude Meesters en 19<sup>e</sup> eeuws. Ik merk echt, dat toestand de afgelopen vijf tot zes jaar voor een koper belangrijker is geworden. Je moet natuurlijk ook rekening houden met wat is een realistische taxatie, waar denken wij van waar mensen op gaan bieden voor dat bedrag, ook al heb je een Jan van Goyen. Een mooie naam, groot werk, mooi onderwerp, maar die is voor de helft ingeschilderd en vol met barsten. Dan moet je gewoon naar beneden met de

taxatie. Dus de toestand is belangrijk, de herkomst is heel belangrijk. Of het markfris is of niet, is heel belangrijk. En de kunstenaar. Kun je het bijvoorbeeld toeschrijven of niet. Maar dat wil niet altijd iets uitmaken, want ik had iemand die een foto stuurde van een heel gaaf stilleven op een plank van Hans van Essen. Echt nog nooit van gehoord, maar bleek dat er maar twee werken van die man bestaan die zijn gesigneerd, dus het was de helft van zijn oeuvre ongeveer. Dan heb je dus niks om mee te vergelijken. Dan moet je gewoon echt gaan kijken oké, wat denk ik, wat doet zo'n groot 17<sup>e</sup> eeuwse werk? De toestand is mooi, het is gesigneerd, je weet eigenlijk niks van de kunstenaar dan. Maar het is zo'n mooi werk en het zag er nog zo goed uit, dus we hebben het voor 50.000 tot 70.000 euro getaxeerd, wat natuurlijk wel een behoorlijk bedrag is voor een onbekende kunstenaar. Helemaal bij een Oude Meester, maar uiteindelijk is het verkocht voor 150.000, dus dan maakt het echt niet uit, dat het Hans van Essen is. Want niemand kent die kunstenaar, maar puur het onderwerp, dit is wat mensen leuk vinden. **Zie je ook dat de smaak van het publiek veranderd is door de jaren heen?** Hele grote schilderijen is echt moeilijker. Mensen wonen toch wat kleiner dan voorheen. Of wat voorheen onze kopers waren, mensen zijn meer op de conditie gericht. Het religieuze is veel minder geworden, dus Christus aan het kruis, dat is wel echt moeilijke, tenzij het bijvoorbeeld echt een mooi 15<sup>e</sup> eeuwse schilderij is. Als het heel oud is, dan verkoopt het makkelijker, maar van een 17<sup>e</sup> eeuwse of 18<sup>e</sup> eeuw onbekende kunstenaar, Christus aan het kruis of heel religieus, dat gaat heel moeilijk.

#### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ja, in principe houdt je al die punten in gedachten. Ja elke keer weer, niet dat je een checklist afgaat. Maar het wel is de manier, waar je naar werkt naar die punten. Die houdt je altijd in gedachten.

#### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Ja nou, daar is zeker een verschil. Ik doe dan de Oude Meesters en de 19<sup>e</sup> eeuw. Bijvoorbeeld bij een Oude Meester, als daar het schilderij is bedoekt, een bedoeking aan de achterkant heeft ter versteviging, dat maakt niet uit, ligt eraan of het heel hard is bedoekt of niet. Maar dat het bedoekt is is niet erg, omdat het zulke oude werken zijn. Als het juist niet bedoekt is een Oude Meester, dan noemen we het in de catalogus. Omdat dat bijna niet voorkomt, bij de 19e eeuw

als het daar bedoekt is, dat is juist een minpunt. Daar wil je het origineel nog hebben, omdat het veel minder oud is. Dat is wel een groot punt in conditie waar je naar kijkt. Bij Oude Meesters verwachten mensen dat er iets is gebeurd in de loop van de jaren. Retouches of een barst maakt zo niet heel veel uit, in hoeverre hoe erg het natuurlijk is. Maar dat verwacht men. Terwijl bij een 19<sup>e</sup> eeuwse schilderij, als je daar een grote barst hebt of verfverlies of retouches, dan kun je al meteen een heel stuk naar beneden met de taxatie, omdat daar willen mensen echt eerder een hele goede conditie. Dus dat is voor die twee wel een verschil met de conditie. En voor de rest voor allebei geldt, herkomst is gewoon heel belangrijk en die andere punten. Maar de conditie voor die twee is wel echt een verschil. 19<sup>e</sup> eeuw moet er echt stukken beter eruit zien. Ik doe natuurlijk geen Modern of Hedendaags, maar in principe, daar wil je natuurlijk ook niet dat bij een schilderij van vijftig jaar geleden de helft is overgeschilderd. Dus dat wordt steeds belangrijker, naarmate het minder oud is.

## **6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?**

Ja, natuurlijk er zijn altijd schilderijen. Dan ben je aan het kijken, dan denk je zelf bijvoorbeeld 5.000 tot 7.000 euro. En dan ga je op Artnet kijken en dan zie je dat vergelijkbare werken rond de 30.000 euro kunnen opbrengen, maar ook rond de 3.000 euro. En dan vraag je je af, hoe kan dat enorme verschil er nou zijn? Dan is het heel belangrijk om te weten wanneer het is geveild. Je ziet bijvoorbeeld bij 19<sup>e</sup> eeuwse echt een beetje een omwenteling. Na 2007 zijn de prijzen lager geworden. Voor 2007 kon de 19<sup>e</sup> eeuw echt niet op. Dat was echt een soort cash cow van Christie's, dat haalde echt miljoenen per veiling. En na 2007 is het echt veel moeilijker geworden om 19<sup>e</sup> eeuw te verkopen. Daar is echt minder vraag naar en dan zie je dus ook verschil in taxaties. Dus het is ook echt belangrijk om naar oude veilingresultaten te kijken. Wanneer waren die? Je had natuurlijk de crisis, die is echt vanaf 2007 begonnen. En de mensen die 19<sup>e</sup> eeuw kopen, dat is toch een ander publiek, dan de mensen die Oude Meesters kopen. Bij Oude Meesters zijn het vaak echt wat oudere mensen en bij Oude Meesters blijft de vraag altijd heel stabiel. Modern en Hedendaags vinden mensen heel spannend. Misschien de nieuwe Andy Warholl en de 19<sup>e</sup> eeuwse, dat is denken we, maar dat weet je natuurlijk nooit zeker. Of de mensen die 19<sup>e</sup> eeuw verzamelen hebben uiteindelijk een voorkeur gekregen voor Hedendaagse Kunst. Daar ligt dan toch meer hun interesse. Of heel veel vastgoedmensen kochten romantiek 19<sup>e</sup> eeuw. En ja, die hebben natuurlijk heel veel geld verloren tijdens de crisis, dus er is gewoon niet zo heel veel geld meer. Voor de 19<sup>e</sup> eeuwse is het ook heel belangrijk, dat het goed is. Bij de Oude Meesters is

het altijd de grote vraag: wie is het, is het een studiowerk, is het de kunstenaar zelf, is het iemand uit zijn omgeving, is het een navolger? Hele rits wat het kan zijn. Erg belangrijk voor het onderzoek. Bij de 19<sup>e</sup> eeuw is het, is het goed of is het vals? Want er zijn heel veel valse schilderijen in omloop bij de 19<sup>e</sup> eeuw. Dus ja, dat is eigenlijk de grote vraag. En als het vals is, dan veilen we het natuurlijk niet.

### **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**

Jazeker, veel selectiever dan vijf jaar geleden. Want je merkt gewoon, als ik boven een taxatie ga zitten, die ik eigenlijk niet zou willen, maar de klant is heel erg aan het pushen, want die wil echt hoger en hoger. Dan is de kans, dat het niet verkoopt echt veel te groot. Ik begrijp het wel, want de inbrenger wil natuurlijk zoveel mogelijk voor zijn schilderij hebben. En die denkt, hoe hoger de taxatie, hoe groter de kans dat het voor meer verkoopt. Maar dat is vaak juist helemaal niet zo. Als je juist iets lager inzet, dan trek je meer mensen die wel willen gaan bieden. En dat heb je nodig. Mensen die tegen elkaar gaan bieden, dat drijft de prijs omhoog. Nee, als ik echt niet achter een taxatie sta, dan neem ik het ook niet in. **Is er dan nog bepaalde ondergrens?** In principe hebben we nu een ondergrens van 4.000 euro, dus onder de 4.000 nemen we niet in voor veiling. Maar we maken wel uitzondering, als we denken dat is echt een zo'n leuk schilderij, dat verkoopt echt wel. Ook al is de waarde misschien rond de 2.000 tot 3.000 euro. Dan nemen we het nog wel in voor veiling. Of bijvoorbeeld als het met een collectie meekomt en er zitten een paar hele grote dure schilderijen of meubels bij. En er zitten ook een paar lagere waardes in, dan nemen we die er ook wel bij. Maar 800 euro of zo dat niet. Dan is 2.000 echt de ondergrens.

### **8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte te zijn van de potentiële kopers?**

Je weet pas wie de koper is, als het is geveild en dan heb je al getaxeed. Want je taxeert het eerst, daarna komt het in de catalogus terecht. Het schilderij met die taxatie, dan heb je de kijkdagen. Vier dagen. Dan heb je de veiling en dan wordt het pas gekocht. Je weet niet wie de koper is, dus dat heeft dan niet met elkaar een verband met betrekking tot de taxatie. **Laat ik het anders stellen, als je weet wie de geïnteresseerden zijn neem je dat dan nog mee in de taxatie?** Ik bedoel, je weet sowieso wel welke mensen geïnteresseerd zijn in bepaalde werken of in een bepaalde kunstenaar of een bepaald onderwerp. Dat neem je mee, in zoverre

dat je weet. Ik heb in ieder geval een paar mensen, die zullen wel geïnteresseerd zijn in het schilderij. Maar dat zeg ik ook altijd tegen de inbrenger. Natuurlijk nooit de namen, maar dat geeft ook weer een extra zetje, dat ze willen inbrengen. Natuurlijk kun je niks beloven, maar er zijn echt verzamelaars voor dit soort werken of deze kunstenaar. En die hebben wij natuurlijk allemaal in onze database staan, dus die gaan we heel gericht benaderen. Dat is wel iets wat wij wel altijd doen. Als wij veilen hebben we daarvoor altijd een vergadering en dan gaan we bij elk schilderij, dat wij gaan aanbieden, gaan we kijken, wie zou hierin geïnteresseerd kunnen zijn? Want je wilt natuurlijk een zo hoog mogelijke opbrengst, dus je gaat heel gericht op zoek naar kopers voor dat schilderij. Maar je weet uiteindelijk met een veilinghuis niet wie het gaat kopen. Want we hebben ook genoeg kopers, waar we nog nooit van hebben gehoord. Die opeens via internet meebieden, en waar niemand contact mee heeft gehad. **Is dat heel erg veranderd door de komst van internet?** Ja, we hebben steeds meer mensen die via internet bieden. We hebben natuurlijk de papieren catalogus, maar daar zijn vierduizend oplages van. En we versturen heel veel e-catalogussen per email, voor alle mensen dus, die we dus wel willen benaderen. Maar je kunt natuurlijk ook gewoon op de Christie's website kijken en kunt zo alles zien en mooi inzoomen. Dus dat is heel belangrijk voor een marketing tool. En aan de kant van de kopers, omdat internet nu zo toegankelijk is en als zij ook een abonnement nemen op Artnet, dan weten zij ook voor hoeveel het schilderij vijf jaar geleden is verkocht. Of juist niet is verkocht. Dus dat zijn dingen, waar we ook rekening mee houden met een taxatie. **Heeft het voor veilinghuizen veel veranderingen gebracht?** Nee, helemaal niet. Want wij willen gewoon een realistische taxatie geven, dus als iemand op Artnet kijkt en die wil dat schilderij graag kopen, dan zal hij dus zien, dat inderdaad vergelijkbare werken ook die bedragen hebben opgebracht. Dat wij juist een goede taxatie zullen geven. En niet iets wat bijvoorbeeld vaak wel ergens anders gebeurt. Wij werken met wat lagere taxatie en we willen een zo hoog mogelijke opbrengst. En bijvoorbeeld, een handelaar die zet meestal zo hoog mogelijk in en die werkt naar beneden toe.

## **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven in uw loopbaan?**

Ik vond een Jan Kraak. Dat waren twee prinsjes van Savoye, en die had ik in Duitsland gevonden. En we wisten totaal niet van wie het was, wie de kinderen waren en dan ga je aan het onderzoek beginnen. En dan vindt je een naam. En dan kom je erachter, dat het de prinsjes van Savoye zijn. Hartstikke leuk schilderij en uiteindelijk doet dat dan ook vier of vijf keer de

lage taxatie die ik erop had gezet. En er waren echt twintig telefoonlijnen op aangevraagd, en veel mensen in de zaal en veel schriftelijke biedingen. Dat is gewoon wel heel leuk, het haalt dan niet een belachelijk hoge prijs. Het heeft nog steeds 50.000 euro op gedaan en dat is heel mooi. Maar het loopt niet in de miljoenen. Maar ik vond het gewoon zo leuk, want er hing zo'n buzz omheen. En er waren zoveel mensen die erin geïnteresseerd waren. Ik heb wel duurdere schilderijen gevoeld, maar dit is dan echt één van de leukere om te veilen. Het was dus een schilderij, waarvan de conditie niet heel goed was. Het doek was opgeplakt op schilderbord, en een deel was overschilderd. En je wist niet van wie het was en je wist niet wie de geportretteerden waren. En dan na onderzoek weet je dat wel allemaal. En dat is echt een meerwaarde, wat je geeft aan een schilderij en dat is gewoon heel erg leuk.

---

Datum: 13 juni 2013

Veilinghuis: Baerveldt Taxatie & Bemiddeling kunst en antiek

Geïnterviewde: Frederik Baerveldt

Functie: Owner

Aantal jaren werkzaam veilinghuis: 25 jaar

Plaats: Hilversum

Duur: 1:46:08

### **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Ja, ik denk dat je natuurlijk een ervaren taxateur, die heeft een veel breder referentiekader waar je uit kunt kiezen. Aan de andere kant denk ik dat iemand ook wel een gevoel bij iets moet hebben en dat dat ook wel heel belangrijk is. Het is natuurlijk zo, dat de hedendaagse taxateur heel veel dingen tot zijn beschikking heeft om tot een prijs te komen, Artprice, Artnet, enzovoorts. Natuurlijk zegt je ervaring ook wel wat, want als je geen ervaring hebt, hoe kun je dan vertellen wat het waard is?

### **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij?**

Als ik een schilderij voor het eerst zie, dan wil ik niet naar de naam kijken. Daar begin ik niet mee, want dat beïnvloedt mijn gedachten. Als ik een schilderij voor het eerst zie, wil ik eerst



naar de kwaliteit van het schilderwerk kijken. Ik wil beoordelen wat vind ik ervan, is het goed geschilderd, zitten er fouten in het schilderij. Dat zijn dingen die ik wel van belang vind. Een naam is maar een naam, maar op het moment dat je zegt. dat is goed geschilderd en dat ziet er goed uit, daar zit een stuk spanning in, er zit diepte in. Diepte is heel belangrijk, dan zie je dat een goed schilderij goed geschilderd is. Vervolgens ga je dan naar de naam kijken en dan heb je dus eigenlijk al een basis. Dus ik draai het in tegenstelling tot heel veel anderen, draai ik het eigenlijk om. Eerst ga ik kijken, vind ik het een goed schilderij. Als je echt daarnaar kijkt, naar de processen, je kijkt naar de voorkant van een schilderij, en je kijkt hoe het geschilderd is. Op dat moment zie je al wat de conditie is. Is het schilderij vuil, is het schilderij schoongemaakt, zit er craquelé in? Je kijkt dan naar de naam, nou dan heb je een combinatie. Op dat moment denk ik ,dat je dan dus al geconstateerd hoort te hebben, is dit van de schilder of twijfel je? Wat heel belangrijk is, kijk naar de achterkant van een schilderij. Een achterkant van een schilderij, daar kun je zien, heel soms, te simpel voor woorden, soms staat er gewoon op de achterkant van een schilderij waar het is. Maar het is wel van invloed op de prijs. Natuurlijk als jij weet als expert dat het de Coolsingel in Rotterdam is, dan is dat schilderij meer waard dan als je zegt ja, een straatje met huizen. Ik denk dat het de processen zijn, die je doorloopt. Je kijkt naar een schilderij, je kijkt naar hoe is iets geschilderd, vervolgens kijk je naar een naam. Je kijkt naar de achterkant van een schilderij, en al die dingen hebben je informatie gegeven. Ja op dat moment weet je al een heel eind. Maar ik denk wat ook wel grappig is, is of een schilderij vuil is, dat beïnvloedt wel een prijs. Mijn advies is eigenlijk, als je een schilderij hebt in een veilinghuis, moet je het nooit schoonmaken. **Na afloop als je het hebt gekocht?** Ja dan wel, maar een veilinghuis moet een schilderij nooit schoonmaken. **En waarom niet?** Omdat een koper op een veiling, die wil een schilderij kopen wat zo van de muur komt. En als je een schilderij wat vers op de markt is, ga je als veilinghuis het schilderij schoonmaken, er zijn zoveel manieren om schoon te maken, dan kijkt die koper er anders naar. Want je kunt een schilderij schoonmaken voor 100 euro, maar je kunt het ook voor 1.000 euro doen. Alles wat je als veilinghuis doet is volgens mij een fout, want die koper die wil gewoon. Een koper op een veiling is een andere dan op een galerie, die wil gewoon een schilderij kopen wat zo van de zolder komt. Dus voor mij, als een schilderij heel vuil is, is nog steeds geen probleem. Maar ik zou in principe een schilderij niet schoonmaken, dus dat is en dat is natuurlijk wel van invloed op de prijs. Ik denk dat als jij een schilderij slecht schoonmaakt, dat ie minder opbrengt, dan wanneer. Mensen willen een ontdekking doen. Veilingkopers willen een ontdekking doen, joh dat hebben ze niet gezien, dat komt zo van de zolder. Maar ja nou goed, je doorloopt wel een proces en dat proces is op een gegeven

moment, als jij kijkt naar de kwaliteit van het schilderwerk en je vergelijkt het met de handtekening, dat is niet altijd makkelijk. Want je ziet die handtekening al, dat moet goed zijn en vaak beginnen experts ook snel te twijfelen aan iets, heel snel, dat wat er bijvoorbeeld geschilderd is, dat er geen diepte in het werk zit, dus het kan niet van die schilder zijn. **En de signatuur blijkt dan vals te zijn?** Nou ja deze kan er later opgezet zijn. Een signatuur kan een vervalsing of een kopie, ja daar heb je in schilderijenland natuurlijk mee te maken, vandaar dat ik dus altijd kijk van hoe is iets geschilderd. Dan ben ik nog helemaal niet in die naam geïnteresseerd, dan denk ik dat zie ik later wel. Maar dingen moeten matchen, want op het moment dat je een groot schilder hebt, dan moet dat kwaliteit zijn. Want ik geloof er namelijk niet in dat goede schilders ook slechte schilderijen maken. Dat geloof ik niet. Nee, maar je hebt ook bepaalde kwaliteit, je hebt bepaalde training, dus het moet gewoon goed zijn. Maar dat is het proces wat je als taxateur heel snel doorloopt. Dan vervolgens heb je een idee daarover, maar het is soms best wel eens goed om dat schilderij nog eens op je laten inwerken. Dus afstand te nemen en dan nog een keer te bekijken. Ik heb bij grote taxaties, of bij belangrijker werk, dan heb ik een eerste oordeel geveld en dat probeer ik uit te stellen. Mijn oordeel probeer ik uit te stellen, dus te kijken, kijken, kijken, en dan kan het maar zo zijn, dat ik tegen iemand zeg, nou laten we eerst de rest, dan en dan kom ik daar nog wel een keer op terug. **En na afloop als u dan voor de tweede keer gaat kijken, hebt u dan ook een ander oordeel uiteindelijk?** Soms wel, soms denk je dan hoe kan het zijn dat ik het niet gezien heb, maar bij twijfel niet oversteken. Dus op het moment dat jij denkt is het wel van die schilder, dan is er dus iets mee en dan intuïtief. Of de verhoudingen kloppen niet of wat dan ook, dan is er dus iets mee. Overigens deel ik die kennis niet altijd, want wat heeft het voor zin bij iemand, als ik een schilderij zie, te vertellen dat het een waardeloos schilderij is. Dus ik ben erg terughoudend in mijn informatie, tenzij ik het een goed schilderij vind. Dat is helemaal niet erg, maar als ik twijfel aan iets of als ik denk hoe is het mogelijk, die deur die staat, dat ga ik niet met jou delen, want daarmee beïnvloedt je de prijs. Dat is wel een hele aparte, als jij bij een veilinghuis en iemand zou mij om mijn mening vragen en het is een goed schilderij, dan heb ik geen enkel probleem. Dan vertel ik ook precies, dan ben ik gewoon enthousiast, dat kan ik ook zijn. Als ik in een schilderij, omdat ik het langer heb gezien en fout heb ontdekt, dan ga ik die niet met jou delen. En dat zou ik ook nooit bij jou thuis doen. Ik zou het ook nooit bij jou thuis zeggen, van ja het is wel leuk, maar moet je nou eens kijken. Die toren en die koeien, die moeten dan wel drie meter hoog zijn. Dat zou ik niet doen, want jij kijkt nooit meer op dezelfde manier naar het schilderij en waarom zou ik jou de lol van het kijken verprutsen? Wel, en dan komt het, het heeft natuurlijk wel een grote invloed op de prijs

natuurlijk. Op het moment dat ik het constateer, dan en ik constateer dat er, kijk een taxateur is ook maar een mens, ik geloof ook dat als een taxateur iets minder mooi vindt, hij het ook minder waardeert. Dan heb je dus een onwijze invloed op de prijs. Als jij niet van koeien houdt, dan denk ik dat jij als taxateur schilderijen met koeien lager waardeert. Met dat je dat lager waardeert, geef je een lagere richtprijs mee, en daarmee is de prijs ook beïnvloed. Want mensen kijken wel naar die richtprijs, dat is wel belangrijk. Jij kunt als taxateur de prijs wel beïnvloeden door je taxatie. Als ik een schilderij taxeer tussen de 8.000 en 10.000 euro, dan ga jij er zo naar kijken. Dan zeg jij een expert heeft gezegd 8.000 tot 10.000 euro en dan ga je vervolgens denken: vind ik dat het ook waard? Maar je referentiekader is die 8 tot 10, want die heb ik al opgeschreven, bij Moderne Kunst, bij galleries al helemaal natuurlijk. Alleen bij een veiling, jij bepaalt het. Uiteindelijk denk jij: ga ik het wel of niet kopen voor die prijs? Vandaar dat er op een veiling natuurlijk hele gekke dingen kunnen gebeuren, Marjolein Regout zal het wel hebben gehad over die Herbin, dat schilderij van Herbin, ja dat is duidelijk. Maar overigens kan dat ook wel weer tactisch zijn. Maar ik weet zeker, dat jij als veilinghuis, jij geeft een richtprijs mee, dan richten mensen zich daarop, dus op dat moment beïnvloedt jij de prijs, dus waarom is de ene 20 mille waard en de ander 50? Nou het veilinghuis geeft een richtprijs, jij denkt daarover na, en je moet toch heel goed zijn, wat het veilinghuis bedenkt daar ga ik gewoon finaal tegenin. Wat er bij die Herbin is gebeurd, want ze hadden een veel lagere taxatie. Overigens kan het ook weer tactisch zijn, een veiling is gewoon psychologisch. Als ik van die Herbin zeker weet, dat ie echt is en ik geef een hele rustige richtprijs mee, dan kan die klant denken, hé dat hebben ze niet gezien, hé ik kijk op Artprice en dan brengt een Herbin gewoon veel meer geld op. Dan denk ik, oh dat is leuk die ga ik kopen. Op het moment dat die mensen aan het bieden zijn, dan blijven ze wel doorgaan. Dus tactisch er zijn dingen die , maar je hebt niet de eindprijs natuurlijk helemaal onder controle, maar je kunt natuurlijk tactisch wel wat aan doen. En ik denk overigens wel dat de meeste taxateurs daar wel van bewust zijn, dat ze zeggen van hier moet ik goed over nadenken. Ik heb niet alleen het schilderij gewaardeerd, maar vind ik dat nou een reële veilingprijs? En ik denk dat mensen, taxateurs absoluut van bewust zijn wat ik opschrijf, daar gaan mensen zich naar richten. **Is het dan vaak zo dat de prijzen binnen veilinghuizen expres lager worden gezet om maar zoveel mogelijk mensen te trekken?** Dat zou zomaar kunnen, het zou maar zo kunnen. Nadeel van te lage richtprijs, te laag is dat mensen dan denken, dan is ie dus niet echt, en als je dus een, als je een schilderij van Evert Moll, Evert Moll een schilderij brengt tussen de 2.000 en 3.000 euro op. Als jij dus een Evert Moll als taxateur waardeert op 200 euro en dat in de catalogus zet, dan denken mensen dat ie niet goed

is. Dus dat moet je ook niet doen. Wat zouden we, die Evert Moll ik pak 'm toch op, want die heeft zoveel geschilderd, en of het kunst is daar komen we nooit uit. Maar je zou van die Evert Moll, als taxateur zou je dus kunnen zeggen dit is zo geweldig, wow ik ga geen 2.000 tot 3.000 in de catalogus zetten, ik ga 5.000 tot 7.000 zetten. Waarom, omdat ik het een geweldig schilderij vind, allerlei kleuren, komt zo van de muur. Op het moment dat je dat doet, kijken mensen ook weer anders naar zo'n schilderij. Wat gebeurt er nou? Normaal kost zo'n ding twee mille, waarom kost ie vijf? Omdat ie dus bijzonder is, dus je beïnvloedt op dat moment de markt. Nou, dan vervolgens zullen mensen dan op een kijkdag vragen: goh waarom zeg je nou 5.000, waar gaat het nou over? Als die taxateur goed is, dan zou die zeggen: nou waarom heb ik 5.000 gezegd, omdat het gewoon een geweldig schilderij is. En nou komt het, omdat ik onderzoek heb gedaan bijvoorbeeld en een tweede is niet bekend van dit werk. Ik heb onderzoek gedaan, ik weet precies waar het is, dat zijn die externe factoren, wat jij zei, Evert Moll die schildert altijd Rotterdam. Maar je zou je voor kunnen stellen, dat een schilderij van Amsterdam van Evert Moll, dat daar is eigenlijk geen prijs voor, want dat heeft ie nooit geschilderd. Over locale factoren, nou raad ik je niet aan om een Evert Moll van Amsterdam in Rotterdam te veilen. Dat is gewoon geen goed plan, dat is dus een locale factor. Ik denk dat een schilderij van Amsterdam in Rotterdam veel minder geld opbrengt, dan een schilderij van Amsterdam in Amsterdam. Overigens is natuurlijk ook de rol van taxateurs iets minder door de rol van internet, doordat we alle informatie sharen met iedereen, gaat het nu ook wel goed. Ik denk tien jaar geleden, moest je maar geen schilderij van Amsterdam in Rotterdam veilen, dat schiet gewoon niet op. Dus je hebt, dat is ook wel grappig, je hebt dus Smorenberg die is wereldberoemd in Hilversum. Smorenberg heeft altijd aan de Loosdrechtse plassen gewoond, die schilderde altijd Loosdrechtse plassen, dat is wat mensen kopen hier. Dirk Smorenberg brengt dus meer geld op in het Gooi, dan ergens anders. Een e van Evert Moll brengt in Rotterdam meer geld op dan hier. En een schilderij van een Zeeuwse schilder Kimpe, die brengt in Zeeland veel meer op dan hier. Dus dat is ook een stuk emotie. Als je als kunstexpert in een veilinghuis werkt, kun je er weinig aan doen. Behalve dat je voor sommige dingen misschien zou moeten zeggen, ga het maar ergens anders veilen. Ik weiger wel, ik heb wel eens Amerikaanse schilderijen gehad, dan zei ik die moet je niet in Nederland veilen. Ja maar wat vreemd, ja maar dat brengt in Nederland niks op, dus neem contact op met Sotheby's en laat 'm veilen in Amerika. Daarmee heb ik de prijs voor iemand natuurlijk onwijs beïnvloed. Dus een lokaal maakt verschil uit, maar heel simpel, je kunt wel een Indonesisch schilderij met een Sawa verkopen, maar die kan je hier niet verkopen, want dat brengt niks op. Hij zou nu wel wat opbrengen, omdat je nu natuurlijk internet hebt. Maar een

schilderij met Zwitserse bergen, dat brengt in Nederland echt minder geld op dan in Zwitserland, want al die bergen zijn voor ons hetzelfde. Terwijl die Zwitsers zeggen, ja dat is de Matterhorn en dus ja, dat brengt veel meer geld op. En ja, je hebt ook gewoon trends in markten. **En als u dan zegt van: ga naar Amerika of naar ergens anders, zegt u dan wel van te voren, dit zou zo'n prijs kunnen opleveren of laat u dat dan helemaal open?** Nou daar moet je voorzichtig in zijn, want ik ken de Amerikaanse markt niet. Ik kan wel van een aantal dingen zien dat het daar meer geld opbrengt. Bijvoorbeeld ik kan je zeggen, antieke wapens brengen in Nederland niks op, waarom niet? Omdat wij geen land zijn dat wapens heeft. Als je een antiek wapen hebt, dan kun je dat veel beter in Londen veilen, want dat brengt gewoon tien keer zoveel geld op. Overigens vind ik dat ook wel de taak van een onafhankelijke kunstexpert, dat hij zegt: wacht even, dat moeten we niet zo doen, dat moeten we ergens anders veilen. Ik denk overigens, dat tijd ook een rol speelt. **En heeft tijd dan te maken met smaak dat het ook verandert door de jaren heen?** Seizoenstijd, ik denk dat een winter nu minder opbrengt dan in de winter. Ik denk dat, ja dat denk ik echt, zilveren kandelaars, brengen minder op in de zomer dan in de winter. Want kandelaars gebruik je niet in de zomer. Dus de tijd speelt een rol, de seizoenstijd en natuurlijk spelen trends een rol. Op het ogenblik is het een trend om lichte schilderijen te hebben. Daar kun je dus als expert weinig aan doen, je kunt het dus constateren en zien dat de markt verandert. **En heeft dat dan ook te maken misschien met de inrichting van huizen dat het er beter bij past?** Ja, absoluut, absoluut, we gaan natuurlijk steeds minder mensen willen donkere schilderijen, steeds minder mensen willen zo'n vrouwtje uit een Larens interieur, want we kunnen daar niet meer toe 'relaten' we weten niet meer wie die mensen zijn. Larens interieur is natuurlijk wel een begrip, dat bracht tien tot vijftien jaar geleden vijf keer zoveel geld op als nu. Tien jaar geleden waren heel veel dingen, de aquarellen in de lichte sfeer, die brachten helemaal niks op. Nu zie je dat iedereen z'n huis lichter wil hebben en dat aquarellen meer opbrengen dan tien jaar geleden. Dus dat zijn wel trends en daar moet je als taxateur rekening mee houden. Nou ik denk dat ja, dat een kunstexpert op een veiling wel het een en ander kan betekenen. Nogmaals, als jij onderzoek doet waar is dit geschilderd, dan brengt dat schilderij meer op. Wij hadden bij het veilinghuis een expert, die alles van Amsterdam wist en dan hadden we een schilderij en dan gingen we nog veel specifieker. Dan ging hij op z'n fiets net zo lang door Amsterdam rijden totdat hij wist waar het was. Als we dan gingen verkopen, dit is een straat in Amsterdam, nee dit is de Singel gezien vanaf wat dan ook. Nou dat stond dan ook in de catalogus, en daarmee beïnvloedt je weer. Je laat je kennis delen, waardoor een schilderij meer geld opbrengt. Het is natuurlijk, er zijn natuurlijk ook totale externe factoren die een rol

spelen, maar ik denk dat een goede omschrijving maakt het verschil. Ja dat weet ik zeker, absoluut zeker. Maar je moet, een veiling is altijd een momentopname, het is een prijs die vandaag tot stand komt, morgen kan het anders zijn. Morgen kan het anders zijn, dit is wel een hele aparte, moet je maar kijken wat je ermee doet. Mensen die schilderijen verzamelen en kopen, dat zijn mensen die van, je lacht je helemaal suf, die van voetbal houden. Je moet dus nooit schilderijen veilen, als er belangrijke wedstrijden zijn. En daar heb ik altijd mijn hele leven rekening mee gehouden. Daarom veilde ik nooit op woensdag, omdat dan de belangrijke wedstrijden zijn. Schilderijen veilde ik altijd op dinsdag, alleen nu is dat iets moeilijker geworden. Maar woensdag, goud/zilver mensen, die zijn niet geïnteresseerd in voetbal of andere groepen. Maar ik denk dat in een veilinghuis zelfs externe factoren, waar hangt het schilderij, van invloed op de prijs zijn. Ik denk dat en dat is een toevalstreffer, ik denk dat als veilinghuis, probeer je alles goed te doen, want je hebt er vijfhonderd, geen één maar vijfhonderd schilderijen. Maar als een schilderij nou net zo hangt dat het licht er supergoed opvalt, gaat het meer opbrengen. En als je bijvoorbeeld een Herbin, als je dat in de kelder had gehangen, was het toch een ander verhaal geweest. In het veilinghuis dat wij hadden, had je een begane grond en een kelder en intuïtief zeiden mensen: alles wat in de kelder hangt is rommel. Dus wanneer een schilderij in de kelder belandt, was dat dus een kelderschilderij en ging het dus minder geld opbrengen. In het voorste stuk hangen de belangrijkste schilderijen, dus als een schilderij daar hing, dan moest het wel belangrijk zijn. Dus kun je daar als expert iets aan doen? Ja natuurlijk kun je daar iets aan doen. Door heel goed na te denken waar je een schilderij ophangt. Dat is een externe factor, ik denk dat je ook heel goed als taxateur de veilingvolgorde of een schilderij aan het begin komt of aan het eind, dat maakt verschil uit de voor de prijs. Nou zal het niet iedereen het met mij eens zijn, er zijn heel veel mensen die zullen zeggen wat maakt het uit, maar ik denk dat er heel veel psychologie bij zit. Ik denk dat je in een veilinghuis, dat je de psychologie ook hebt. Wat natuurlijk in een veilinghuis natuurlijk ook uitmaakt is je veilingmeester. Het is een verschil, als je zegt ik veil hier een schilderij met rode en witte vakjes, of je zegt, ik heb hier een bijzonder schilderij, dit is een schilderij van Kromjong, hij schildert altijd landschappen. Dit is het enige schilderij dat bekend is van deze schilder in deze stijl. Er is voor dit schilderij geen referentie, want hij heeft het nooit geschilderd, maar wij vinden dit als veilinghuis heel bijzonder. Nou heb ik je toch in één minuut denk ik, dat ik iets een lading heb aangebracht in een schilderij. Volgens mij zijn een hele hoop dingen psychologie. En veilinghouders en taxateurs maken daar gebruik en misbruik van en zo kun je dat ook bij moderne schilderijen zien. Waarom koopt iemand een schilderij? Dat hangt van de sfeer af en dat hangt van de dag

af en ja, ik denk dat het van een hele hoop dingen wel afhankelijk is en dat hangt van de verkoper af. **En bedoelt u daarmee wat zijn eigen gevoel is, wat hij ervoor wil?** Ja denk je niet dan? Overigens is dit echt zo hoor, die Kromjong heeft maar één of twee schilderijen gemaakt, hij schildert normaal altijd heel erg bomen en planten, noem het maar, maar dit is het enige bekende schilderij, wat we bij hem kunnen traceren. Dat maakt ook veel verschil uit. Je gaat ook anders naar dat schilderij kijken, het is voor ons het meest moderne. Misschien over een paar jaar hangen er nog meer moderne schilderijen, maar wij hebben het zonder informatie gekocht, omdat we het allebei mooi vinden. Maar op het moment dat ik dat ga vertellen gaan mensen, die begrijpen dat meer. Dus ja, als expert kan dat, als veilinghouder zeker. **Nou inderdaad zo'n bijzonder schilderij dan, en ik heb geen idee wat deze kunstenaar normaal gesproken schildert, maar is het dan niet, dat wat misschien ook vaker voorkomt, wat hij vaker schildert, dat het meer opbrengt dan wanneer het andersom is?** Ja, dat kan. Het is een vrij onbekende schilder, zijn normale werk zal een paar duizend euro opbrengen, maar voor een paar duizend euro wil ik dit niet kwijt. Dus als ik dit kwijt zou willen, zou ik echt tegen het veilinghuis zeggen: ho wacht even, dat is ook nog een factor, ik wil een limiet van 7.000 euro. **En is de limiet, dat heb ik uit de literatuur begrepen, dat de limiet gelijk is aan de minimum prijs in de catalogus?** Het is natuurlijk weer die taxateur die invloed op de limiet heeft, de veilingmarkt is niet helemaal een vrije markt. Het is niet dat we zomaar iets gaan veilen, want er zijn limieten en soms wordt een limiet ook niet gehaald, Dus het is op een veiling weliswaar een kwestie van vraag en aanbod, maar dan wel gestuurd. Iemand komt bij een veilinghuis binnen, die gaat een schilderij inbrengen, die spreekt met een expert. Dus daar is die expert, die kijkt naar het schilderij, ondertussen vraagt hij hoe kom je eraan, enzovoorts. Dan zegt hij uiteindelijk op basis van wat ik zie enzovoort enzovoort, denk ik dat het schilderij opbrengt tussen de 15.000 en 17.000 of tussen de 5.000 en 7.000. En vervolgens zal de klant dan zeggen oké, laten we maar een limiet afspreken van 5.000 euro of 4.000 euro, dus die taxatie is al van invloed op de prijs. Maar nou is natuurlijk ook de inbrenger natuurlijk niet gek, want iedereen kan op Artprice kijken en overigens ligt de waarheid ook niet op Artprijs, want dat schilderij is anders dan wat je daar ziet, maar die taxateur die kan onwijs van invloed zijn op de prijs. Achter je hangt een schilderij, die met die bloemen, die witte bloemen, die vinden wij allebei erg geweldig. Het schilderij komt bij een veilinghuis vandaan en daar hebben ze niet gezien, wat wij gezien hebben, dat ie gewoon gesigneerd is. Dus daar heeft die kunstexpert gedacht, ja leuk bloemen, doe maar een richtprijs van 100 euro. Maar ja, Belinda en ik hebben dat allebei gezien, onafhankelijk, dat ie gesigneerd was en dat we dat allebei eigenlijk wel een geweldig

schilderij vonden. **Links in het hoekje?** En rechts zelfs, dus iemand heeft gewoon niet op zitten letten, hij is hier gesigneerd, Kelder en hier is ie ook nog een keer gesigneerd, Kelder. Dit is de truc en dit is waar de kunstexpert het gewoon helemaal heeft verprutst, wat die had. Waarom? Hij vond het geen mooi schilderij, ja het is niet gesigneerd, er staat hier wat, maar ik schat 'm op 100 euro en die mevrouw had er geen verstand van en die zei ja 100 euro is goed. Als je nu naar dit schilderij kijkt, zie je die vlakken en dan zie je Kelder en achterop staan nog veel meer dingen. Maar hier heeft die kunstexpert zijn werkt niet goed gedaan en bij het begin heeft hij een veel te lage richtprijs afgegeven. Wij hebben er veel meer voor betaald, maar omdat meerdere mensen het gezien hebben. Maar als ik nou en als ik nu dat schilderij weer zou veilen, gaan we nooit doen, maar dan zou ik dus tegen het veilinghuis zeggen en dat is niet helemaal eerlijk, want ik ben zelf kunstexpert, maar ik zou zeggen ik heb onderzoek gedaan. Of nee, als ik dit schilderij nu voor iemand zou moeten verkopen, dan zou ik zeggen: ik ga onderzoek doen en dan zeg je hallo, dit is gewoon Toon Kelder. Ik weet precies wanneer dit schilderij gesigneerd is. En die informatie zou ik dus in de catalogus zetten, maar ik zou wel een andere richtprijs aangegeven, want 100 euro dat gaat natuurlijk helemaal nergens over. Het is wel een schilderij, dat naarmate je er langer naar kijkt, wordt het leuker want er zit zoveel spanning in. Dus ik zou, maar dat is de taak van die taxateur, ik heb het uitgezocht, dit is Kelder. Dat betekent Toon Kelder, dat is in de periode 1930-1940 gemaakt en ik zou graag in de catalogus willen zetten, impressionistisch bloemenlandschap enzovoorts. Nou dan brengt het meer geld op. Ik zou het, omdat ik het mooi schilderij vind, er een hogere richtprijs aan geven. Het zou kunnen dat de limiet lager is. Limieten zijn zeker van invloed en de expert bij de inname. Als ik in het begin zeg, dat is niks, en als je zegt ik weet het niet, het is helemaal niet gesigneerd. Wat een gek ding is dat, ik geef er 200 euro voor. Dan zou het kunnen dat mensen akkoord gaan. Dan zou jij zeggen, dat heeft dus ontzettend veel invloed op de prijs, mogelijk niet, want als iemand op een kijkdag zegt die vent is helemaal knettergek geworden! Het is wel bijzonder, en wij hebben er ook veel meer voor moeten betalen, omdat meerdere mensen hebben gezien, dat het bijzonder was. Dus je kan als taxateur ook nog eens een keer totaal naast zitten en dan herstelt de markt zich wel. **Heeft dat dan ook betrekking op de betrouwbaarheid van het veilinghuis?** Nou dat kan, ik vind dat je, aan de andere kant als je een goede standaard hebt, dus als je Christie's bent of je bent een Vendue en daar zit een keer een schilderij in die ze verkeerd taxeren, daar wordt je betrouwbaarheid niet anders door, want je kunt het namelijk niet allemaal weten. En we doen nou wel heel stoer met z'n allen, maar wat weten we nou van Zuid-Amerikaanse schilders? Wat weten we nou van Aziatische schilders, wat weten we nou van Chinese schilders? We kunnen het niet eens



lezen. Als veilinghuis krijg je dingen binnen en je kijkt er als expert goed naar, maar je weet het gewoon niet, nu kun je dan googlen. Maar bijvoorbeeld met Spaanse schilders die noemen niet een naam zoals ze werkelijk zijn, maar daar staat iets heel anders, dan moet je dat maar net weten. Het is dus wel mogelijk, dat een taxateur denkt van: goh dat is een goed werk, maar geen idee wie het is en dan geef je daar dus een richtprijs aan, en dan weet je het nog niet. Wij hebben daar een schilderij hangen, dat hebben we gekocht omdat we het mooi vinden en dat is heel duidelijk gesigneerd, maar we weten niet wie het is en niemand weet wie het is. Daarbij hebben we gezegd: goh dat vinden we een leuk schilderij en op een dag komen we erachter. **Dus er zijn ook bepaalde schilderijen, waarbij u denkt ik heb geen idee, dus dat u er meer moeite mee heeft?** Ja, maar dat moet je toch ook durven toe te geven, maar daarmee kan een schilderij nog wel mooi zijn. Ik vind ook dat als je kunt lezen, dan heb je binnen twee seconden gelezen wat eronder staat. Maar als je kijkt naar het schilderij, kun je heel je leven naar een schilderij kijken. Dus daarom vind ik ook handtekeningen niet zo belangrijk. Het is wel belangrijk, want het heeft een waardebepaling, maar voor mij persoonlijk, ik kijk niet naar een handtekening. Ik kijk naar wat ik van het schilderij vind. Zoals dat schilderij in die gekke lijst, die hebben we gekocht, omdat we het mooi vonden en we hebben allebei al heel veel onderzoek gedaan, maar we weten het gewoon niet. En daar hebben we ook wel behoorlijk voor betaald, want de verkoper wist het ook niet, maar die zei het is gewoon een leuk schilderij.

## **6. Zijn er ook specifieke schilderijen waar u meer moeite mee heeft, dat is ook een vraag uit mijn lijst?**

Nou ja, ik ben niet sterk in de Moderne, in de Hedendaagse. Hedendaags vind ik een heel moeilijk vakgebied. Kijk eens naar een verschil tussen een galerie prijs en een veilingprijs. Je koopt in een galerie, koop je een modern schilderij voor 4.000 euro, dat gaan we meteen de volgende dag veilen, wat denk je dat het opbrengt? Dat brengt een fractie op, tenzij heel toevallig die vent opeens bekend geworden is. Er zijn hedendaagse schilders, die je hebt kunnen kopen op veilingen voor centen, totdat hij beroemd werd. Maar over het algemeen zul je zien, dat jij een kunstwerk koopt, Hedendaags, en je gaat het een half jaar later veilen met wie het is, dan brengt het een fractie op van wat je ervoor betaald hebt. Waarom? Veilinghuizen zijn niet voor Hedendaagse Kunst, die zijn voor Oudere Kunst en je hebt er ook andere klanten voor. Maar iedereen heeft zijn voorkeuren. Ik vind zelf dat je in een schilderij iets moet kunnen ontdekken. Ik heb dus niks met Helmantel, een heel modern werk van

Helmantel, daar kan ik niks in ontdekken, maar dat is voor iedereen persoonlijk. Die schildert gewoon die appels en die peren na, ja dat kan ik thuis ook. Ik wil het in een ander licht en daar wil ik aan iets ontdekken. Dit is meer impressionistisch, dat is wat ik leuk vind. En dat is wat we geprobeerd hebben, een nieuwe stap, waar we ook erg blij mee zijn moet ik zeggen. Maar even kijken of ik hier een voorbeeld kan laten zien, van iets wat ik niet mooi vind, daar moet ik natuurlijk voorzichtig mee zijn. Dat begrijp ik natuurlijk ook wel. Maar als iets gewoon nageschilderd is, dan vind ik het niks. Klaar. Want dat kan ik thuis ook. Hoewel ik een 17<sup>e</sup> eeuwse wel weer kan waarderen, maar het Hedendaagse... google maar eens op Helmantel, dat is niet wat ik mooi vind. Dat is persoonlijk. Dus ook dat maakt dus wel weer invloed op de prijs, want omdat ik het mooi vind, taxeer ik het hoger. Met dat ik hoger taxeer, krijg ik een hoger limiet, maar omdat ik in het schilderij geloof, brengt het ook meer geld op. Op het moment dat ik ga veilen en ik zeg, ik vind dit en dit van het schilderij en ik kan dat aan mensen uitleggen, of ik zeg goh dit is zo bijzonder, alles heeft met onderzoek te maken, dan brengt het meer geld op. Dat weet ik zeker. Ik ken taxateurs van schilderijen, die koeien leuk vinden, die taxeren een schilderij hoger dan ik zou doen, maar ze zijn ook in staat om het voor heel veel geld te verkopen, dus nou mag jij weer. **Ik vind het leuk dat u daar zo eerlijk over bent, want ik heb inderdaad verschillende veilinghuizen nu gesproken en dan vraag ik inderdaad: heeft het ook met uw eigen smaak te maken, of met de smaak van het publiek of waar het geveild wordt? Ja zou kunnen, maar misschien ook niet.** Ja, maar ik ben ook veel uitgesprokener, ik geloof dat ook dat je, als jij in een veilinghuis voor een schilderij en je geeft een richtprijs van 5.000 tot 7.000 euro, dat mensen zich daarnaar gaan richten. Dat moet je ook niet misbruiken, maar je moet er wel een eerlijk oordeel durven geven. Het verbaast me dan wel, dat mijn collega's niet gewoon keihard zeggen, nou dit vind ik prut. Maar dat is ook zo, het veilinghuis is hier honderd meter verderop. De jongens die het overgenomen hebben, bij schilderijen maar dat is ook wel psychologisch, alles wat boven de 800 van de veilingvolgorde uitkomt is dus waardeloos. Ik dacht er zelfs zo ver over na, dat wanneer ik twee werken had van dezelfde schilder, dan veilde ik altijd het belangrijkste werk eerst. Dus dat is zelfs de positie in de veiling, dus binnen de veiling. Dat is een Piet van Wijngaert en dat is een Piet van Wijngaert en die is mooier dan die, nou dan gaan we die eerst veilen en dan brengt die goed geld op, daardoor brengt die ook meer geld op. Nee ik zou, maar overigens vinden mensen dat wel erg interessant, dat je gewoon keihard je mening durft te geven van, dat vind ik mooi en dat vind ik lelijk. Maar ik heb ook jaren klanten gehad, die vroegen dan, zal ik het kopen en dan zei ik: ik zou het niet kopen, want het past helemaal niet bij je en dan gingen ze het toch kopen om mij te sarren. Moet je vooral lekker doen, en dan

belden ze later, nou het was toch niet goed, ik had het niet moeten kopen. Maar ik, en nou komt het, waar kan die expert nou invloed uitoefenen? Door mensen persoonlijk te benaderen. Als jij diezelfde Smorenberg als kunstexpert, er komt een schilderij op de veiling van Smorenberg en als ik iemand persoonlijk benader, kan ik daardoor de prijs beïnvloeden. Waarom? Ik bel die man op en zeg moet je eens luisteren, er komt een geweldige Smorenberg dat is iets voor jou. Dan creëer je, ik denk overigens dat het kan, je creëert je eigen markt. En dat is, ja mijn idee is, dat een expert wel degelijk een grote invloed op de prijs heeft en dat het komt, omdat ie informatie heeft die hij met anderen deelt of hij zoekt naar anderen. Ik heb heel veel Russische klanten gehad, nou hoe dat kwam en die belden ik gewoon en zei ik: ik heb dat en dat voor je en dan creëer ik dus een grotere markt. **En als u dan weet, deze meneer of deze mevrouw is heel erg geïnteresseerd in dit schilderij. Is dat dan nog van invloed bij de taxatie, dat u de prijs dan eventueel hoger zou zetten, omdat u dan weet er is heel veel vraag naar of deze persoon wil het heel graag?** Nou je moet je niet op een klant richten, maar ik wist heel vaak al wie het ging kopen. Dan zag ik iets en dacht ik, nou dat gaat hij kopen, niet altijd kwam dat uit, maar je weet wel vaak wat anderen willen. Van mij zou je mogen weten wat ik verzamel, zoals toen ik bij het Venduehuis ben, dan ben ik net twee minuten binnen, dan stoppen ze al iets in mijn handen. Hé Fred, is dat niet iets voor jou? Want ze weten, dat ik dat verzamel. Ja je houdt er wel rekening mee, sommige dingen zijn zo extreem, dat er maar een paar kopers voor zijn. Als je die kopers dus niet hebt, dan brengt het dus niks op, dus hoe moet je dat taxeren? Dat kun je alleen taxeren als je denkt, ik ga die klant bereiken, en als je denkt ik ga die klant niet bereiken, dan moet het heel anders. Dat is een moeilijkheid. Je zou, ik denk dat, je zou het andersom kunnen doen. Stel je voor dat een Smorenberg in Houston geveild wordt, die man die weet niet wie Smorenberg is. Dat is dus van ontzettende invloed op zijn prijsniveau. En vergeet niet Houston komt met een schilderij op de veiling met waterlelies, nou die hebben we hier helemaal niet. Net als wij, als je in Texas woont, heb je een schilderij aan de muur met een woestijn en zo'n koe denk ik, een beetje gechargeerd. Maar zo is het wel, dus als zo'n Smorenberg bij een veiling in Houston komt, dan zal die man heel laag taxeren, ondanks dat hij dus op Artprice ziet, dat het wel 5.000, 6.000 tot 7.000 euro op kan brengen. Je zou dan als kunstexpert, ga je proberen je markt te verbreden, door er een paar mailtjes uit te sturen. In Houston komt een Smorenberg op de veiling en die man, die denkt ja wat moet ik ermee, doe maar 300 dollar, 7.000, 8.000 tot 10.000. Maar ja, je ziet er boven staan veilinghuis Nederland, dus die denkt ja, hoe moet het nou dan. Dan zou je dus als expert kunnen proberen om mails te sturen naar Nederland. Dus stel je voor, je stuurt er mails uit met voortschrijdend inzicht, en mensen bellen ervoor en

die zeggen: ik zou er dit voor geven, dan zou je dus je taxatie kunnen aanpassen. Maar nogmaals, als ik een schilderij zie met bergen hoe goed het ook is, dan denk ik ook, vaak roep ik ook, is het de prijs in Nederland of de prijs in Zwitserland? Ik had een hele collectie Belgische schilderijen recent en daarbij heb ik meteen gezegd het niet in Nederland te veilen. Dus heel typisch Belgisch, net als je Smorenburg hier hebt, heb je dus bepaalde Belgische schilders. Dat heeft geen enkele zin om dat in Nederland te veilen, omdat wij dat niet begrijpen. Als je nou hier kijkt, wat hangt daar, daar hangt een Hollands landschap met wat dingen, nou dat begrijpen we. We weten nog waar het is, een vaas met bloemen, die begrijpen we. Maar er hangt hier geen schilderij met een Sawa. Er hangt hier geen schilderij met bergen erop, dus de plaats waar je veilt is heel belangrijk. Sterker nog, het kan in Nederland bepalend zijn, dat heb ik al gezegd. Smorenberg bracht vroeger veel meer geld hier op dan in Friesland. Wat brengt in Friesland veel geld op? Friese schilders die zijn helemaal lijp, dan denk je ook zo'n stom ding, maar dat is gewoon omdat het Fries is. Dus klaarblijkelijk vinden mensen ook iets leuk, omdat ze er wonen of wat dan ook. Hier is nog wel een hele mooie. Er is hier een straat in de buurt en die is genoemd naar een schilder uit het Gooi. Iedereen die in de straat woont heeft zo'n schilderij aan de muur hangen. Over aparte markt, de Bernard van Beek. Dus mensen komen, die komen op een kijkdag. Die zijn niet opzoek naar mooie kunst, maar naar een Bernard van Beek, want ze wonen in de Bernard van Beeklaan, dus ze moeten een schilderij van Bernhard van Beek. Prima als jij dat wilt. Het is een interessant vak, het is een momentopname, en ik weet zeker dat een taxateur invloed kan uitoefenen. Dat weet ik zeker, anders zou ik dit vak ook niet doen. Dan is het ook niet leuk meer, maar het is toch ook helemaal niet leuk om op Artprice, je hebt een schilderij met een koe van Pietje Puk en ik zoek het op Artprice op en ik zeg tegen jou dat is de prijs, nou wat is daar leuk aan dan? Ik verkoop geen plaatjes, ik verkoop emotie, ik verkoop schilderijen. Heb je nog meer vragen? **Nou u heeft echt hele leuke punten aangesneden en daarbij komen deze vragen misschien minder over.**

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij? 4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ik hoop een schilderij iedere keer op dezelfde manier te beoordelen. Wat ik bijvoorbeeld helemaal niet van belang vind, is waar een schilderij vandaan komt. Het interesseert me niets, of jij het nou op de rommelmarkt gekocht hebt of wat dan ook, laat ik het zo stellen, waarom vragen mensen dit? Om het te plaatsen in de tijd of omdat je twijfelt? Als jij zegt, ik heb dit

schilderij van mijn oma gekregen en die heeft het in 1922 op een veiling gekocht, dan weten we in ieder geval zeker dat het uit 1922 is. Ik stel daar, terug naar je vraag, hoe beoordeel je een schilderij, ik hoop dat ik ieder schilderij op dezelfde manier beoordeel. En dat doe ik door goed te kijken, door te kijken wie het is, door naar de achterkant te kijken, door, dat moet ik wel zeggen, oh dat is een punt dat ik wel vergeten ben, bij elk schilderij wat ik bekijk, kijk ik in de schilders bijbel. Bij ieder schilderij wat ik bekijk, kijk ik in de Pieter Scheen. Maar weet je wat nog veel apart is, is dat die andere taxateurs dat niet genoemd hebben. **RKD noemen ze heel vaak.** Ik zal ze even pakken voor je direct. Dom van mij om het te vergeten, want het is een onderdeel van mijn procedure. Onderdeel van mijn procedure is schilderij bekijken, naar de naam kijken, naar de achterkant kijken. Als ik dus Smorenberg op zoek, overigens is de reden dat ik het doe, is soms nog een andere, Dirk Smorenberg, we hebben het gehad over dat ie waterlelies doet, waarom ik dit doe is, omdat ik het belangrijk vind om te weten, wanneer deze man precies geleefd heeft. Dirk Smorenberg, geboren Alkmaar 4 september 1883, overleden Oud-Loosdrecht, 14 september 1960, dus met dat je dit leest, denk je wacht even, een Smorenberg die kan dus ook tot de jaren '60 gewerkt hebben. Dat beïnvloedt mij, want dan kun je dus soms denken, wat een waardeloos ding, maar die man was dan dus 83, woonde en werkte in Alkmaar tot 1907, IJmuiden, Groningen tot 1908, Montreux, Engeland, New York, Renkum en sinds 1924 in Oud-Loosdrecht tot 1960. Hij was aanhankelijk militair en vormde zichzelf raadgevend verhalen bij en schilderende aquarellen en tekende landschappen en veel waterlelies, bloemen portretten en figuren enzovoorts. Dit is dus mijn schildersbijbel, dat is de Piet Scheen. Dit is helaas nog niet op een iPad gezet, anders had ik dat meegenomen, maar ik neem altijd die boeken mee. Zo zie je, het is goed dat je er doorheen loopt, want ik doe het namelijk altijd. Als ik een schilderij bekijk, dan lees ik vaak een klant voor, dan weten we allebei hoe laat het is. Je kunt zeker niet zonder de Scheen, want dat plaatst een schilderij in een kader, stel je voor. Je ziet een schilderij van Moll en je denkt, hé Evert Moll en bloemen? Dan begin je dus ergens te twijfelen en vervolgens ga je hier zoeken en dan blijkt dat Evert Moll wel degelijk bloemen heeft geschilderd en soms zie je ook hé, nou je het ook zegt, 1960 ik wist niet eens dat hij zo lang doorgeschilderd heeft. Waarom worden schilders allemaal tachtig, negentig tot honderd al in de negentiende eeuw? Het is echt verbazingwekkend. Springer, Cornelis Springer, wat is hij vijfentachtig of negentig geworden? Maar dat is voor die tijd belachelijk oud, maar ik kan ze wel blijven noemen, Cornelis Springer, 1817-1891, nou dan heb je wel je best gedaan, dat moet je dan wel in de tijd plaatsen. In 1980 was meneer Spreekmeester nog niet overleden, hij komt uit 1914. Hier Cornelis Spoor 1885-1950, maar er zijn er ook die gewoon honderd geworden zijn. Hier

1837-1923. Maar wat jij zegt, die mensen hebben geen zware arbeid gedaan, ze waren buiten, niet in de stoffige kolenmijnen en ze deden wat ze leuk vonden. Maar wat jij zegt, mensen stoppen met werken als ze vijfenzestig zijn en een schilder, die vindt het geen werk. Die gaat gewoon door totdat ie in de vijver valt. Maar dat is wel frappant, maar ik was vergeten, zo standaard is dat bij mij, om het boek erbij te halen. Wat ik ook wel vaak doe, is toch mijn centimeter er tegenaan zetten, ondanks dat je het aardig in je hoofd hebt. Maar gewoon voor jezelf, dat je het gewoon nog even opschrijft, daarom is het ook bijna onmogelijk, om een schilderij te taxeren zonder het te zien. Als jij mij een schilderij gaat beschrijven, jij beschrijft het anders dan iemand anders en ik zie het niet, ik kan het niet zien. Ik denk al dat het heel moeilijk is, om vanaf een foto, een digitale foto, schilderijen te beoordelen, ik denk dat het onmogelijk is. **Toch gebeurt het tegenwoordig wel vaak volgens mij, ik heb er geen idee van, maar misschien wel even vaak als dat het in het echt wordt gezien.** Dat zal gebeuren, maar daar ben ik het niet met die methode eens. Allereerst, op een foto, daar weet je de maten niet, daar begin je al, dus je krijgt een foto is het schilderij nou zo groot of is het zo groot? Dan het is voor mij een totaal verschil of ik het op een foto zie of dat ik voor een schilderij sta, want ik kan op een foto de achterkant niet zien. En dat schilderij heeft een hele ander impact als je het op een plaatje ziet of wanneer je het in het echt ziet (bloemenschilderij). Dus, zoals je misschien wel weet, ben ik ook voorzitter van de Federatie Taxateurs, ik pleit ervoor om als het kan schilderijen in het echt te zien. Wel zou ik en dat heb ik gisteren ook gedaan, ik zou wel behalve schilderijen, door mijn ervaring kan ik wel een hele hoop op een foto zien. Maar die kandelaars, kan iemand op een foto zien, dat ze antiek zijn of zijn ze gisteren gemaakt? Als ze antiek, zijn kosten ze veel geld en als ze nieuw zijn dan kosten ze niks. Ik denk namelijk dat ik wel aan deze kandelaars kan zien dat ze antiek zijn, omdat ik ze zie, maar op een plaatje zou ik het niet kunnen zien, want ik kan ze zo namaken. Schilderij, hoe kun jij op een plaatje zien of het een Karel Appel is? Het gebeurt wel, omdat het leven steeds sneller gaat, mensen verwachten het ook. Ik roep elke keer, ik geef maar een indicatie en dan zie ik die dingen in het echt en dan valt het me of mee of onwijs tegen. Dus het gebeurt, maar het is niet de methode. Maar het is ook precies hetzelfde, als je natuurlijk, iedereen die kijkt maar op je iPad, oh de Niagara Falls, oh wat leuk, maar ik kan je vertellen. Het is veel leuker om er te staan hoor. Het is maar zo'n plaatje en die Niagara Falls gaan helemaal om je heen, om maar iets te noemen. Dus terug naar jouw vraag. Maar ik gebruik wel degelijk standaard, want ik kijk altijd in de Pieter Scheen. Heb je nog meer vragen?

## **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen en waar let u dan precies op? Heeft dat te maken met de prijs of de voorstelling?**

Ja ik ben selectief, ik zou het liefst geen vervalsingen verkopen, ik zou het liefst bij de poort zeggen, er staat wel Jan Sluijters, maar het is geen Jan Sluijters, ik geef hem je terug. Ik denk dat elke taxateur selectief is. Mijn eerste is kwaliteit en het moet echt zijn en daarnaast moet het wat opbrengen. Kijk, je kunt iets wat 100 euro opbrengt, dat moet je niet gaan veilen, dat heeft geen zin. Soms moet je het wel veilen, omdat je een hele boedel moet leeg krijgen, maar als je de keuze hebt moet je je op betere kwaliteit richten. Er zijn dingen die ik nooit geveild heb. Pornografie en alles wat met de Tweede Wereldoorlog te maken heeft wil ik niet veilen, gewoon niet veilen. **En waarom niet als ik vragen mag?** Alles wat met die Duitsers te maken heeft, dat wil ik gewoon niet veilen. Ik heb, ooit is mij aangeboden zo'n SS dolk, helemaal bezet met robijnen en briljanten, ik heb hem niet geveild. Maar daar wil ik niks mee te maken hebben. Maar dat is mijn persoonlijke, pornografie ook niet. Toen ik een veilinghuis had, dan kwamen er mensen met dozen boeken, elk boek eruit en waarom niet? We moeten geen pornografie veilen. Mein Kampf van Hitler, dat moeten we gewoon niet willen veilen, weg, verbranden of breng het maar naar iemand anders. Ja dat is selectief, zouden er andere dingen zijn? Dat is persoonlijk, selectief, ik zou het liefst niks veilen of taxeren wat vals is, voor de rest maakt het me dan niet zo heel veel uit. Elk ding heeft zijn waarde. Het percentage vals is in Nederland nog wel hoog, nou ja hoog. Met name in litho's van Matisse, van Dali, heb ik nooit in mijn leven geveild. Ik heb altijd gezegd, ik geloof het gewoon niet, doen we niet. Dali en Matisse, dat vind ik vervelende namen. Terwijl ik zoveel echte mooie Dali's gezien heb, maar dan spat het er ook vanaf. Segall en Miró ook wel, dat zijn typisch de grote namen, die vervalst worden. Maar door de druktechniek kun je het bijna niet meer zien. Dan neem ik een litho van Matisse en ik neem een 6 kleurenkopie thuis en je ziet geen verschil. Dus Moderne Kunst wat vervalst is, heb ik me altijd verre van gehouden. Dus dingen waar ik geen verstand van heb, je moet ook gewoon eerlijk zeggen, nou dat weet ik gewoon niet. Waar ik niks van weet en ook niet interessant vind is etnografische kunst, etnografica, al die Afrikaanse beelden of wat dan ook. Ga vooral je gang, maar ik heb er geen bal verstand van en dat zeg ik ook. Voor de deur staat een partijtje Afrikaans brandhout, die moest ik taxeren. Maar misschien omdat we het niet begrijpen. Maar je zult altijd wel selectief zijn. Maar je moet ook naar je klanten kijken, je moet ook denken ,wat kan ik wel en wat kan ik niet doen. Het lijkt me dus niet, dat je in een Rotterdams veilinghuis een schilderij moet veilen van Ajax, dat lijkt me gewoon niet echt een goed plan. Dat moet je gewoon niet doen en dat moet je ook

gewoon niet willen. Het lijkt mij dat je, ja je moet overal over nadenken en dat je sommige dingen gewoon niet moet doen. Klaar. Het voegt niks toe. Dus je bent wel selectief, maar met name op vals.

**9. Dan heb ik nog als afsluitende vraag, nou ja u heeft al heel veel anekdotes verteld, wat er allemaal gebeurd is tijdens uw loopbaan, maar welke verkoop is u het meest bijgebleven?**

Verkoop die me het meest is bijgebleven, ja ik kan heel veel mooie verhalen vertellen. Wij hebben hier geveild een schilderij van een Italiaanse schilder, dan zou je denken, goh Hilversum, een Italiaanse schilder, hebben we ontdekt. We wisten wie het was en daar hebben we als veilinghuis in de tijd voor internet, dus dat is al langer geleden, heel veel moeite in gestoken om een brief te schrijven in het Italiaans naar Italiaanse klanten. En we stuurden dan faxen over wat we gingen doen en toen ging ik kijken, wie handelt daarin en dan gaan we die schrijven en een fax sturen, een fotootje erbij. Dus voor internet. En daar wisten we, vóór Artprice bestond, waren er ook andere dossiers. En niet iedereen gebruikte Artprice, maar we wisten toen dat die schilder de hoogste prijs ooit was in guldens, dat was iets van 20.000 gulden. Maar goed wij hadden 'm binnen gekregen en we moesten 'm veilen, dan moesten we van 0 naar 20.000 en ja dan hopen dat er mensen voor zitten. Toen ging ik veilen, we hadden richtprijs van 3.000, want ja ik had erover nagedacht, ik wist dat 20.000 het hoogste was. Maar we zaten niet in Italië, want we zitten in Nederland, dus laten we maar 3.000 tot 5.000 doen. Wel, hebben we ons best gedaan en mensen afgebeld. Maar toen ging ik veilen, toen had ik vijftien mensen aan de telefoon, dus vijftien telefonische bidders. En daar was er ook wel eens iemand, die belde mij 's morgens en die zei kunt u mij bellen, maar ik spreek alleen Italiaans. Dus toen hebben we snel naar Utrecht gebeld, talenwetenschapper, is er iemand die heel goed Italiaans spreekt, hup kom voor een avondje maar werken. Dus ik ga veilen en ik heb dus vijftien mensen aan de telefoon en de hele zaal vol, tweehonderd man. Dus ik ging er ook vanuit ik ga 'm verkopen aan de telefoon aan een Italiaan, dan zie ik wel weer verder. Het moet naar Italië toe en ik moet betaald krijgen van die Italianen. Maar goed, we gaan veilen en het ding brengt 65.000 gulden op, wat nog steeds het wereldrecord is voor die schilder en ik verkoop 'm aan iemand uit Kortenhoeve. Toen heb ik later ook gevraagd, allereerst: waarom pakt ie 65.000, omdat ie extreem goed was, over kwaliteit way out, gewoon top top top. Ik heb ook later aan de man gevraagd, ik zeg, ik begrijp het niet. Hij zegt nou jullie hebben heel veel moeite gedaan, doordat jullie heel veel moeite hebben gedaan heb ik naar dat schilderij



gekeken. Ik heb ook onderzoek gedaan, het is gewoon een geweldig goed schilderij en toen was je aan het veilen en je was enthousiast en toen dacht ik op een gegeven moment, wat de Italianen geven kan ik ook en toen heb ik 'm gekocht. Maar die heeft 'm later weer verkocht in Rome en dat bracht voor nog veel meer geld. Dus op dat moment 65.000 . Nog steeds denk ik rond de 30.000, is nog steeds het wereldrecord voor die schilder, dus dat is wel een verhaal wat me dan bij blijft. Verhalen over ja, ik kan er wel een boek over schrijven. Ik ben een keer bij een boedel geweest, ook wel een mooie is dat, toen ging ik alles veilen en toen zeiden ze tegen mij, je gaat nu alles veilen, maar je moet dan ook die prent meenemen die onder de bank ligt. En ik word er helemaal knettergek van, want steeds met stofzuigen stoot ik er tegenaan. Dus toen zei ik, nou dan neem ik die prent toch mee, en ik haal dat ding er onderuit. Een 17 eeuws schilderij, echt een goed schilderij, echt een topper, maar van die gaten van de stofzuiger erin. Ja neem 'm maar mee en kijk maar wat ie opbrengt. Dat schilderij hebben we toen in het veilinghuis gehad en dat ding was helemaal, dat is het enige dat we hebben gedaan, met tape hebben we het hele schilderij in elkaar geplakt. Helemaal niet gerestaureerd, helemaal niet. En het bleef me maar achtervolgen, ik dacht dit schilderij is toch wel echt iets bijzonders en toen zijn we naar de RKD toegegaan, want je kunt dus ook naar de RKD toe. Dus jij maakt een foto van het schilderij en je gaat daar naartoe en je vraagt die medewerker van goh, kun je me helpen. Welke kant moet ik op zoeken, en we vinden het schilderij, dat schilderij, gewoon in dat het in 1923 verkocht is op een veiling. Dus bij de RKD zit gewoon een pagina uit de catalogus en Gerard de Haas 17<sup>e</sup> eeuwse schilder, dus op een gegeven moment. We hebben schilderij gevonden bij de RKD en bij de RKD zei iemand het zou wel eens een De Haas kunnen zijn. Krijgen ze de map van Gerard de Haas, we lopen erdoor heen en we komen dat schilderij tegen dat wij hebben, nou toen wisten het zeker. Maar toen bracht dat stuk met al die gaten erin, meer dan 10.000 gulden op. Overigens denk ik. dat er mensen zijn die vandaag de dag nog een schilderij van 30.000 tot 40.000 euro in huis hebben, wat ze niet weten, elke dag. Ook op de moderne, daar weten we toch ook niks van. Elke dag kun je een ontdekking doen. Dus het mooiste verhaal moet nog komen. **Dat maakt het wel altijd leuk en spannend.** Het mooiste verhaal gaat nog komen en daar geloof ik ook echt in en ik kan nog wel tien verhalen vertellen. Ja, ik denk dat ze bij het Vendue het over de Herbin hebben gehad. Ach man, ik heb ook totaal debiele dingen, dat je denkt dat kan niet waar zijn. Ik heb iemand gehad die stond op tijdens de veiling, meneer u verkoopt een schilderij, dat kan helemaal niet. Dat wist ik wel, ik zei meneer ik verkoop het schilderij, maar die man zei ik wil toch even zeggen, dat die koe aan de verkeerde kant gemolken wordt. Ik weet dat, je kunt een koe namelijk maar aan één kant melken, die koe is daaraan gewend, je kunt een koe maar aan

één kant melken anders loopt ie weg. Dus het was dus de schilder die daar niet op heeft gelet, let maar eens op. Met melkmachines is het anders, maar je kunt een koe dus maar één keer melken. En die meneer gaat dus middenin de veiling opstaan om te zeggen, meneer dit schilderij deugt niet. Ik heb heel veel gekke dingen meegemaakt. Ik heb ook heel veel dingen niet gezien. Ik heb ook heel veel dingen in de kelder gehad, die ineens blijven gaan en blijven gaan. Je kunt het niet allemaal zien en je doet je best, maar er lopen ook dingen tussendoor. Het kan zijn dat je een schilderij eindeloos bekijkt en er staat NV, en als jij niet weet wie dat is dan zou je dus een kans mis kunnen lopen. Maar dat gebeurt, dat moet je ook begrijpen. De prijsverschillen van hetzelfde schilderij, dat is ook wel een van de gekste voorbeelden. In 1985 bracht voor het eerst in de geschiedenis, een schilderij van Cornelis Springer 100.000 gulden op. Dat is heel veel geld in '85 en dan hoor ik nog mijn vader, wat voor een lelijke steentjes schilder. Hij schilderde al die kleine steentjes, 100.000 gulden. Het schilderij wordt verkocht in 1985. In 1995 komt het schilderij weer op de markt, datzelfde schilderij. Nou brengt datzelfde schilderij tien jaar later 1 miljoen gulden op! In 2006 wordt het schilderij nog een keer geveild, datzelfde schilderij, het schilderij bracht op 1.4 miljoen euro! Dus in twintig jaar tijd gaan we van 100.000 gulden naar 1,4 miljoen euro. Dat is apart. Wij gaan ook meemaken in ons leven, dat heb ik al meegemaakt, dat schilders niks waard zijn, helemaal niks. En dat ze nu heel veel geld waard zijn. Nieuwe markt, Indonesische schilderijen, dat zullen ze wel verteld hebben, Indonesische markt. Tien jaar geleden was Indonesië heel erg arm, die konden zich dat niet veroorloven. Maar nu hebben we hele rijke Indonesische schilders en geld speelt geen rol. Dus ik heb twintig jaar geleden Indonesische schilderijen geveild. Nou dan mocht je blij zijn dat je 1.000 gulden kreeg. Ook de psyche van de mens, wat hebben wij met Indonesië? Eigenlijk moeten we daar maar gauw vanaf. Nu zou zo'n schilderij 30.000 euro opbrengen. Ik heb een keer een schilderij verkocht van de slavenhandel aan het Rijksmuseum met allemaal negertjes. En we zijn wel heel erg slecht geweest, de Nederlanders. En toen ging het Rijksmuseum opeens bieden en toen gingen anderen bieden en toen bracht het zoveel geld op. **U had het dus net dat over zoveel jaren de prijs dus zo erg kan veranderen, verschilt dat dan ook of het schilderij of binnen twee jaar, of vijf jaar, of tien jaar hoe langer het niet wordt verkocht, hoe meer waarde het krijgt?** Niet altijd meer, ik laat nu een aantal dingen zien die omhoog gaan. Die donkere schilderijen van een breiend vrouwtje, die brachten tien jaar geleden misschien wel 20.000 gulden op. En die brengen nu nog maar 3.000 euro op en misschien nog wel minder, dus het heeft met trends te maken. **Dus als iets heel erg in trek is, als het binnen een jaar wordt verkocht of binnen drie jaar, zeg maar binnen een bepaalde tijdsperiode of is dat lastig te zeggen?** Dat hangt

van de situatie af. Ik denk bijvoorbeeld, dat schilderijen van Herman Brood toen hij leefde, meer geld waard waren dan nu dat ie dood is. Ik denk bijvoorbeeld toen hij van het dak sprong, schilderijen helemaal niks waard waren, omdat mensen associeerden het met het feit, dat iemand zelfmoord pleegt. Ik denk, ik heb in die tijd een schilderij verkocht van Herman Brood. Ik heb er nog over nagedacht, toen was hij bij het Hilton van het dak gesprongen en toen ging ik twee weken daarna een belangrijk werk van Herman Brood veilen. Toen dacht ik, moet het eigenlijk wel en toen uiteindelijk heb ik tegen die klant moeten zeggen: je moet het terughalen, dat moet je gewoon niet doen, want ja maar waarom dan, want de emotie is nog te sterk. Je moet, ik stel voor het een half jaar in de kast te zetten en dat hebben we ook gedaan. Ik weet niet of het meer opgebracht heeft, maar ik heb het in ieder geval wel verkocht. Op dat moment is die emotie zo sterk, dus tijd speelt een rol, trends spelen een rol. We zien wel dat over dat op dit moment sommige dingen onwaarschijnlijk geld opbrengen, belachelijk veel geld. In het segment, in het totale topsegment, de Picasso's de Rembrandt's, dat brengt zoveel geld op. Nou ja goed, Rembrandt wordt natuurlijk bijna niet geveild, één keer in de tien jaar, vier keer in je leven komt er een Rembrandt op de markt. **Die blijven ook meestal in musea hangen?** Ja, tenzij we natuurlijk nog een schilderij van Rembrandt ontdekken. Daar kan ik nog wel verhalen over vertellen. Ik heb nog nooit een Rembrandt ontdekt, maar ik heb wel ooit een schilderij van 100.000 gulden ontdekt en 60.000 euro ook al een keer. Er gaat er binnenkort een geveild worden, gewoon ontdekken, echt ontdekken. Het is niks waard en het is 60 mille waard. Dat is het interessante, wat de kunst over tijd doet. Nou, nu is een moeilijke tijd, maar ik zou nu toch wel durven investeren. Ik geloof toch, dat er wel dingen ondergewaardeerd zijn. Stel je toch voor, dat je tien jaar geleden had bedacht, Indonesische schilderijen, en je had ze gekocht op al die Nederlandse veilingen. Want het stikt ervan, we hebben ze allemaal meegenomen van die kant uit en dan nu gewoon weer veilen, maar niet in Nederland, maar in Jakarta of in Singapore. De wereld is natuurlijk kleiner geworden hè.

**Door de komst van het internet?** Ja, door het internet het is veel makkelijker geworden . Ik zou nu ook echt, als ik morgen een Indonesisch schilderij zou zien van hoge kwaliteit, dan zou ik zeggen, niet in Nederland veilen. Kom op, maar ga 'm maar in Glerum veilen, in Singapore. Maar dat is, ik weet niet wat de markt brengt. Wat de toekomst brengt, maar ik denk wel altijd zullen er gekke dingen gebeuren. En heb je daar als kunstexpert daar invloed op? Ja natuurlijk, ja natuurlijk, ik denk ook dat je iemand helemaal kunt hypen. **Dat idee heb ik inderdaad met Hedendaagse Kunst.** Met Hedendaagse Kunst zou je zeker iemand kunnen hypen, de mooiste hype, die heeft zichzelf gehyped, is Damien Hirst. Damien Hirst heeft zichzelf uitgevonden en blijft zichzelf uitvinden. Organiseert zelf een veiling, laat zijn

eigen werk veilen, doet de meest krankjorum dingen en is daardoor een Household name. Maar het kost onwaarschijnlijk geld, maar dan heb je jezelf gehyped. Nou ik denk dat Karel Appel zichzelf ook gehyped heeft. Ik denk dat Karel Appel van die groep Cobra schilders, Asger, Corneille of wat dan ook, ik heb begrepen dat, als de pers kwam, dat er van meerdere kanten heb ik dat gehoord. Dan trok hij z'n schoenen uit, gewoon om een statement te maken, dus als hij wist dat er een journalist kwam, dan trok hij gelijk zijn schoenen uit en dan liep hij op z'n blote voeten over zijn eigen schilderijen. Je kunt jezelf ook creëren. **Hoe denkt u dan over de prijzen van Hedendaagse Kunst, want ik heb persoonlijk het idee, dat bij Oude Meesters dat de prijzen redelijk blijven, ja behalve de uitschieters die er al zijn. Maar dat er zoveel geld in omgaat, terwijl het is natuurlijk een andere voorstelling en je kunt het waarschijnlijk niet vergelijken, maar een rood vlak met een stipje erop, dat brengt veel meer op dan een Oude Meester, wat veel meer in detail geschilderd is?** Nou daar heb ik ook nog wel een leuke over. Schilderijen met poesjes, die brengen vijf keer zoveel op, als schilderijen met honden. Henriette Ronner, die schildert poesjes en dan praat je over 5.000 euro per poesje. Hoe je een schilderij taxeert, je telt gewoon de poesjes en honden is 1.000 euro. Maar dat is wel een hele makkelijke methode. Dus als bij een Cornelis Raaphorst hetzelfde, je telt de poesjes en je doet keer 2.5000 euro, maar goed, dat is, vind ik niet helemaal eerlijk. Verschil tussen Hedendaags en wat ouder. Alle schilderijen die hier hangen, behalve die, kun jij vinden op internet. Jij kunt dus op Artprice, kun je werken van Kelder zien. Daarmee kan ik objectief laten zien, als dat objectief is, dat zo'n Kelder al eens verkocht is voor 3.000 en 5.000. Dus dan zal dat de prijs wel zijn. Bij Piet van Wijngaert, die zou je op Artprice of Artnet kunnen kijken en dan kom je aan honderd resultaten van Piet van Wijngaert. En dan ga je in de resultaten, ga je zeggen oké, de bloemen eruit en ik ga alleen naar landschappen kijken. En dan ga ik vervolgens naar afmetingen kijken en dan zul je zien, dat je heel aardig een richting aan kunt geven. Nu gaan we naar Hedendaagse Kunst, Hedendaags dus niet Modern. Dus niet een Karel Appel, maar gewoon Hedendaags. En dan ga ik naar een galerie en daar hangt wat, en het kost 10.000 euro. En dan is de vraag, heb ik die 10 mille ervoor over? Maar eigenlijk is er geen referentie, totaal nul. Want op Artprice komt ie niet voor, hij is nog nooit geveild, die galerie is de enige die 'm onder contract heeft. Waarom kost dat ding 10 mille?. In de Moderne zullen ze zeggen, die schilder doet zo lang over zijn werk. Maar dat is niet waar, want in vijf minuten kun je een kunstwerk neerknallen. Kom op, als je inspiratie hebt, het doek is zo groot en per vierkante centimeter wil ik zoveel geld hebben. Ik vind het maar heel moeilijk. Ik vind, als ik op de KunstRAI kijk en ik zie een werk van 10 mille. Één ding, ik weet zeker dat ik er geld aan ga verliezen. Als ik het weer ga

verkopen, dan ga ik er op zeker geld aan verliezen. Honderd procent van de tweede verkoop van Moderne Kunst brengt honderd procent minder op, behalve als je een Damien Hirst koopt. Maar normaal gesproken, bij de tweede verkoop. Dus je koopt van de kunstenaar, als je het dan opnieuw gaat verkopen in negentig tot vijfennegentig procent is dat bedrag vele malen lager, dan wat je er ooit voor gegeven hebt. **Je weet natuurlijk zelf wat je ervoor gegeven hebt, maar zet je dan ook de minimale en de maximale prijs sowieso lager?** Ja, maar de herverkoop, waarom koop je een modern werk in een galerie? Je bent betoverd van het werk. Dat is een bepaalde setting en het kost 10.000, omdat die jongen er een half jaar over doet en weet ik veel wat en geïnspireerd door, en roep het allemaal maar. Je kijkt drie jaar naar het schilderij en je raakt erop uitgekeken. En het kan niet meer naar die galerie terug, want ze verkopen namelijk geen tweedehands werk van 'm. Dus waar kom je terecht? Je komt in een hele andere setting terecht, dus je prijzen zijn minder. Maar het is buiten je onderzoek, maar als iemand echt onderzoek zou doen wat een Modern Werk en wat een Hedendaags Werk gekost heeft en waar het voor verkocht is, je schrikt je helemaal een slag in de rondte. Dus wat doen de meeste mensen, die zetten het op zolder. **En dan wachten tot het uiteindelijk weer iets opbrengt?** Ja, maar wie zegt dat het uiteindelijk weer iets wordt? Deze mensen hebben zich al bewezen, deze mensen hebben er hun hele leven van kunnen eten, ze hebben meerdere werken gemaakt. Er hangen werken in musea, zij hebben zich al bewezen. En hoeveel van die Hedendaagse schilders breken er echt door dan? **Ik heb geen idee, zijn dat er heel weinig?** Ik denk dat het er heel weinig zijn, jij koopt voor 10 mille, want dat gebeurt in Moderne Kunst, net zo makkelijk, net zo makkelijk, ja en ik kan het niet begrijpen, laat ik zo zeggen. Als je hier dit schilderij koopt en je hebt op Artprice gekeken, dan zeg je oké, dat is de range ongeveer en dan koop je dat. Als je dat over een aantal jaar verkoopt, dan weet je dat het waarschijnlijk weer geld opbrengt, behalve als de markt helemaal tegen is. Maar over alles wat hier hangt en of dat nou bij mij is of door een ander, als ik het morgen ga veilen, dan brengt het voor mij in ieder geval op, wat ik er ooit voor gegeven heb. Maar het brengt gewoon weer geld op en sommigen brengen veel meer op en sommigen weer minder. Maar het is niet zo, dat een schilderij wat hier hangt, wat 10 mille heeft gekost, dat het opeens waard is 500. Moet je eens kijken wat er tegenwoordig gebeurt met executieveilingen van kunstuitlenen, je weet niet wat je ziet. Dus een kunstuitleen met Hedendaagse Kunst, die kunst dat kostte dan 2 mille, dat wordt gewoon verkocht voor 26 euro, voor 30 euro, dat is echt een ramp. Maar de setting is dan ook anders, want je bent weg van de galerie. En het hangt en het moet verkocht worden. Ja het is dus wel een verschil. Ik vind Hedendaags supermoeilijk om te taxeren, ook vanwege dit verhaal. Als ik Hedendaags moet taxeren, nou

komt het, dan volg je toch voor verzekering vaak de aankoopprijs, maar behalve als die aankoopprijs belachelijk is. Ik doe wel Moderne Kunst naar niet Hedendaags. Een referentiekader voor mij is heel moeilijk. **Denkt u dan ook dat bij, zoals ik het net dus over die punten had, dat bij Hedendaagse Kunst bijvoorbeeld, de hype rondom de kunstenaar een grotere rol speelt dan de vostelling van Rotterdam van een Oude Meester, wat ook heel mooi zou kunnen zijn?** Ik denk dat we mensen aan het hypen zijn en hoe hype je iemand? Door een solo-tentoonstelling van iemand te doen. Kijk, als ik Pieter van Wijngaert wil hypen, dan ga ik dertig Piet van Wijngaerts op veilingen kopen. En ik ga in het najaar een bijzondere tentoonstelling maken van Pieter van Wijngaard. En ik geef een boek uit met informatie, waardoor je de markt neerzet. Moderne Kunst koop je heel anders dan Oude Kunst, dat geloof ik. Terwijl je eigenlijk zou moeten kopen, omdat je het mooi vindt. Alles wat hier hangt vind ik mooi. En van heel veel dingen, soms ben ik op iets uitgekeken en dan hang ik het boven. En van andere dingen denk ik, nou dat begrijp ik nog, maar dat zijn ook, op een geven moment ben ik op iets uitgekeken. Maar van alles wat hier hangt interesseert me ook niet, wie het geschilderd heeft. Want iets moet mooi zijn. **Nou volgens mij heb ik nog nooit zoveel pagina's geschreven, dat vind ik heel erg leuk. Dat bedoel ik juist.** Ja jij moet door die brei heen. Je moet denken van wat, ik ben bezig met veilingprijzen. Ja, uiteindelijk ga je dus concluderen, dat een taxateur heel veel dingen maken en spelen een rol. Je gaat merken, dat taxateurs een standaard methode hebben om naar een schilderij te kijken, en de één gebruikt de RKD en de ander gebruikt de Pieter Scheen, of wat dan ook. Dat is één, maar de achterkant is heel belangrijk, het hele circus is belangrijk, het zit in een bepaald stramien. Maar daarnaast moet je ook concluderen, dat een taxateur maar een mens is. Dus wat hij leuk vindt, taxeert hij hoger. Maar op een veiling spelen nog veel meer dingen een rol, volgens mij is het een totaal psychologisch spel en daardoor kunnen dus ook dingen totaal uit de hand lopen. Ja, het is ook weer een momentopname. Het lijkt erop dat goede kunst niet van invloed is op de crisis. Het lijkt erop dat het circus gewoon doorgaat bovenin. Laat ik maar zo zeggen, in het speelveld waar wij niet eens inzitten, maar de Herbins van deze tijd brengen ongelofelijk veel op, Jan Schoonhoven brengt ongelooflijk veel op. **Maar alleen de bekende namen eigenlijk dan?** Dus schijnbaar zijn er mensen, die niet door de crisis geraakt worden en maar doorgaan, of die mensen kopen het als investering. Ik denk dat er op het ogenblik mensen zijn, ik kan op de aandelen markt niks meer verdienen, dat schiet alle kanten uit. Ik denk dat er mensen op het ogenblik kunst kopen als investering en belegging. Ja nou goed, het speelt zo'n rol waar je dingen veilt, het speelt zo'n rol. En nou goed, alles is van belang, het hele circus, de timing. Het heeft geen zin om iets te veilen in het hartje van de

zomer. Het heeft geen zin om op Koninginnedag een veiling te organiseren. Sommige dingen hebben gewoon geen zin. Je gaat toch ook geen veiling organiseren als het Nederlands elftal speelt? Dat schiet niet op. De uiteindelijke prijs zal een range zijn. Maar die range, en door het internet wordt die range kleiner, dus die jongens nemen hier het schilderij in voor 1.000 euro, in Rotterdam zouden ze 2.000 gezegd hebben. In Rotterdam brengt ie meer op dan hier, maar hier brengt ie ook weer meer op dan 1.000 euro, omdat iedereen het op internet ziet en die Rotterdammers die zien dat ook. **Is het ook heel erg veranderd door de komst van het internet?** Ja, veel inzichtelijker. Het internet is ons alles aangelegen. internet geeft meer informatie. Ik had laatst ook een bieder uit San Francisco, die kijken op de site en die gaan je mailen. En die zeggen, dat of dat of dat wil ik hebben, wat is de conditie enzovoorts. Maar die kopers had je daarvoor niet. Jij kan op internet zien als morgen iets geveild wordt. Wel een heel mooi voorbeeld over internetveiling. Dat je even om foto's kunt vragen, wat dan ook. Twee jaar geleden wordt er in Dallas een Nederlands schilderij geveild een Charles Leickert, het is een grote 19<sup>e</sup> eeuwse schilder, romantische schilder, dat vind ik overigens ook geen mooi schilderij, daar kan ik niks op ontdekken. Leickert is wereldberoemd in Nederland, dat brengt veel geld op, richtprijs 1.000 dollar. Heel klein veilinghuis, echt gewoon een local auction house. Twee Nederlandse handelaren vinden uit, dat er een Leickert geveild wordt via het internet. Die vragen, stuur maar vijftig foto's. Vroeger kon dat niet, dat kostte veel te veel geld. Nu ga je daar met je camera, ja doe nog even een foto van dat haakje, van de achterkant, wilt u het schilderij uit de lijst halen. Het schilderij brengt 120.000 dollar op, richtprijs 1.000. Waarom? Omdat die twee Nederlanders aan de telefoon zitten. Dat is het internet. Was die 120.000 een reële prijs? Jazeker, want voor dat soort kwaliteit, dat had wel 100.000 mogen zijn. Hij heeft misschien wel meer opgebracht, omdat ze allebei dachten, ja ik heb 'm ontdekt, niemand heeft 'm gezien. Nou dan heeft ie misschien iets meer opgebracht, maar 100.000 lijkt me de juiste prijs. Dus het internet helpt ons wel, maar de waarheid ligt er ook niet op. Het ene schilderij is de ander niet. Klaar. Daarom moet je dingen in het echt zien. Want dat is wel zo, als ik een schilderij in Amerika zie op foto, zou ik nooit zoveel geld geven, dan als ik 'm in het echt zie. Want ik ga er al vanuit, dat het doek matig is. Ik ga er al vanuit dit en dat. Terwijl als ik 'm in het echt zie dan weet ik dat, dan weet ik precies wat ik kan verwachten. Ach ja, het blijft een leuk vak en nou ja psychologie. Ja ik denk dat er wel bandbreedte is en dat heeft met alles te maken. Er zijn meerdere veilingwaarden, natuurlijk zijn er meerdere waardes, want als jij een schilderij koopt in een galerie, helemaal kant en klaar, die kost meer dan bij een veilinghuis, dat is dus een andere waarde. Maar dé waarde van een schilderij die is er niet, het is die waarde van dat schilderij in die plaats, op dat moment, door die taxateur.

Datum: 24 juni 2013

Veilinghuis: Van Spengen

Geïnterviewde: Martijn Janssens

Functie: Owner

Aantal jaren werkzaam veilinghuis: 12 jaar

Plaats: Hilversum

Duur: 21:11

### **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Ja dat denk ik, zeer belangrijk zelfs. De prijzen van werken, dus de taxatie, die relateert natuurlijk heel sterk aan eerder verkochte werken van dezelfde kunstenaar. Dan kijk je naar vergelijkbaar werk, de vergelijkbare maten en hoe meer ervaring je hebt, hoe meer er in je geheugen zitten. Het is natuurlijk geen exacte wetenschap.

### **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij?**

Nou, ik kijk eerst naar de kwaliteit van het werk. Dat is eigenlijk het allerbelangrijkst. De volgende stap is, welke naam staat daarop of welke naam zouden we daaraan kunnen verbinden. Klopt dat? Dat is belangrijk. Want er is ook veel vals werk in omloop. Dat kun je gaan onderzoeken met een UV-lamp, gewoon licht, kijken wat de restauraties zijn, retouches, of een naam toegevoegd is of niet. Als het een belangrijk werk is, kun je naar de RKD kijken. Wat de historie van het werk is, is het eerder geveild? Zo ja, waar en voor hoeveel? Is het in belangrijk bezit geweest, allemaal van dat soort factoren spelen allemaal een rol.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Nou, het commerciële oogpunt. De ene voorstelling is de ander niet. Een portret van een jongedame is makkelijker te verkopen, dan een man met een baard. Zo simpel ligt dat. En ook landschappen eigenlijk hetzelfde. Lichte schilderijen zijn makkelijker te verkopen, dan donkere schilderijen. Maar dat is natuurlijk ook een kwestie van smaak. **Is dat dan de smaak van het publiek of uw eigen smaak, speelt die ook mee?** Dat is de smaak van het publiek, bijvoorbeeld de Larense school schilderijen, dat zegt je waarschijnlijk wel wat, dat zijn over



het algemeen vrij donker ter verheerlijking van het boerenleven. Dat was vijftien jaar geleden een hot item. Dat verkocht hartstikke goed en het is totaal over. Wil ik niet zeggen, maar het is toch wel gehalveerd, denk ik. Dat is echt de smaak van het publiek. Jonge kopers zien dat niet zo zitten, denk ik. Daar stel je dus ook je taxaties op bij. Je kunt wel kijken dat je een werk van Bernhard de Hoog verkocht hebt voor 5.000 euro in het verleden. Dat wil niet zeggen, dat het weer lukt. Sterker nog, dat gaat behoorlijk naar beneden, denk ik. Er zijn ook een aantal dingen andersom natuurlijk. **Hoe zit dat dan met de Hedendaagse Kunst?**

Hedendaagse Kunst is natuurlijk sowieso een booming markt. Niet echt de markt waar wij ons in begeven. Wij zitten meer in Oude Kunst en Modern, tot 1970 ongeveer. Eigenlijk al het naoorlogs gaat heel goed. Waar dat nou door komt? Ik denk dat de potentiële kopers zich daar makkelijker mee kunnen vereenzelvigen. Past misschien ook meer in hun interieur. Heel simpel. Bijvoorbeeld Oude Meesters, die gaan ook heel goed. Ik heb me ook wel eens afgevraagd waarom dat is. Misschien crisis? Dat men teruggrijpt op vaste waarheden. 16/17<sup>e</sup> eeuws schilderij heeft zich natuurlijk al een paar honderd jaar bewezen. Is redelijk waardevast, als een soort van belegging. Misschien wel kan dat een rol spelen.

#### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Alle schilderijen op dezelfde punten. Poeh, dat is een goede vraag. Ja nou, ik denk het eigenlijk wel. Het allerbelangrijkst is natuurlijk de kwaliteit van het werk. Of dat nou een 17<sup>e</sup> eeuws schilderij is of een jaren '70 werk. Kwaliteit is kwaliteit en dat moet er ook echt vanaf stralen. Dan is een schilderij ook goed te verkopen. Ik denk, dat dat het belangrijkste criterium is. **Is het ook zo dat er bij Oude Meesters en Hedendaagse Kunst op hele andere punten wordt gelet?** Nou bij Oudere Meesters is de staat heel erg belangrijk. Het is een werk, dat natuurlijk al 300 tot 400 jaar bestaat. En in de loop der tijd is daar vaak aan gerestaureerd. Op zich niet erg, maar ze hebben het ook wel eens helemaal verpest. Dat zijn natuurlijk problemen, die je bij een Hedendaags werk minder vaak tegenkomt. Bij Hedendaags werk heb je vaak weer materiaalgebruik, waarbij je je moet afvragen, hoe het zich houdt over 50 jaar. Fotografie is natuurlijk wel erg aan licht onderhevig.

#### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Dat zou zeker kunnen, ze verschillen heel erg dus echt andere punt kun je niet noemen. Alhoewel, de conditie speelt natuurlijk een grote rol bij Oude Meesters. Die zijn vaak bedoekt en dat is bij hedendaagse kunst veel minder. Dat zou ook een waardevermindering zijn eigenlijk.

## **6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?**

Ja dat is op een moment, dat een werk met kop en schouders boven het gemiddelde uitsteekt. Dan is, kun je er natuurlijk wel een taxatie aanhangen, dat doen we natuurlijk ook wel als veilinghuis. Maar in hoeverre dat bij het uiteindelijke resultaat ligt is natuurlijk wel een beetje gissen. Daar hangt een schilderij van Luis de Morales, een belangrijke Spaanse kunstenaar. Hij is ingezet op 30.000 tot 40.000 euro. Ja, dan kan het ook 75.000 euro opbrengen of nog meer. Dat is natuurlijk heel moeilijk. **Het hangt er dan echt vanaf hoe het op de veiling gaat?** En soms is het zelfs van belang voor een veiling, om in je taxatie redelijk behouden te zijn. Dus niet de topprijs in de catalogus te vermelden, waarmee de potentiële kopers gelokt worden. Om het zo te leggen, om het biedproces op gang te brengen. Je probeert dan een soort veilingkoorts te creëren.

## **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**

Ja dat moet wel. Aanbod schilderijen is gigantisch groot. Bijvoorbeeld als je op Marktplaats kijkt, daar staan 20.000 schilderijen op en die zijn niet allemaal van een hoog niveau. Dus je moet wel proberen het aan te houden, dat het minimaal 250 euro moet opbrengen. Maar het moet ook een bepaalde kwaliteit hebben. Eigenlijk zoek je dus naar kunstenaars die in ieder geval een gedegen kunstopleiding gehad hebben, een Pieter Scheen vermelding hebben. Nou zegt dat ook niet alles, want daar staat ook bocht in, maar het zegt wel iets. Wat je merkt is dat aan de onderkant van de markt, het is niet eens te verkopen, je krijgt er gewoon geen bod op. Dat zul je wel eerder gehoord hebben, dat het heel moeilijk is. **Die schilderijen neemt u ook gewoon niet aan?** Nee die neem ik niet aan. Het heeft gewoon geen zin. Heel vervelend voor de kunstenaar of de eigenaar, maar het is gewoon niet te verkopen. Het punt is, de kopers hebben zo'n ontzettende keuze en je merkt ook dat de onderkant verder wegzakt in prijsniveau en de top is verder aan het stijgen. Dus die kloof wordt steeds groter. **Dus de grote namen die blijven stijgen?** Ja de grote namen is een recordmarkt momenteel. Dat blijft

ook gaan. Steeds nieuwe rijken, die zich willen onderscheiden door van alles wat. En onder andere door kunst.

**8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte te zijn van de potentiële kopers? U weet waarschijnlijk inderdaad wie er geïnteresseerd zijn, maar houdt u er dan nog rekening mee, dat wanneer er meer mensen geïnteresseerd zijn, dat u het anders prijst, dan wanneer u geen idee heeft hoe mensen hierop gaan bieden?**

Ja dat denk ik wel. Als ik een schilderij binnenkrijg, waar ik vijf potentiële kopers voor weet, dan zal ik daar makkelijker een hogere prijs aanhangen, dan een schilderij waar ik maar één potentiële koper voor weet. **Als het een heel bijzonder werk is en u heeft geen idee wie het zou gaan kopen, maar u denkt wel dat er veel mensen gaan komen?** Ja dat is bijvoorbeeld een voorbeeld. Ik heb geen idee wie het gaat kopen, ik denk dat het naar het buitenland gaat, de prijs moet interessant genoeg zijn om de reis hiernaartoe te maken. Zeker voor buitenlandse kopers en dat doe je door een niet belachelijk laag, een realistische voorzichtige taxatie. **En is er door de komst van internet daar nog iets in veranderd?** Ja dat is extreem belangrijk. Kunsthandelaren en verzamelaars, hoe ze het vinden weet ik niet, maar vorige week heb ik hier bijvoorbeeld een fotootje van op internet gezet. Nu krijg ik daar bijvoorbeeld al vanuit Spanje en Italië. Krijg ik daar reacties op. Hoe ze dat weten? Het is niet zo, dat ik daar mee geadvertiseerd heb daar. Ik vermoed, dat er ook wel mensen tippen. Ik weet niet precies hoe het werkt, maar het is extreem belangrijk. Want zonder het internet hadden ze het nooit geweten. Dan had ik daar in tijdschriften moeten gaan adverteren om ze op de hoogte te brengen of dan had ik moeten gaan bellen. **Doet u dat ook weleens?** Ja, als het zinvol geacht wordt. **Niet dat u bijvoorbeeld voor één specifiek schilderij op zoek gaat naar een koper?** Nou, dat hebben we wel. Dat komt eigenlijk uit het verleden. Een soort zoeklijst. Dan geven mensen bijvoorbeeld op waar ze naar op zoek zijn en als er dan iets binnenkomt, dan bellen we die persoon op. Eigenlijk heel logisch ook, volgens mij doet iedere veilinghouder dat ook. Zou stom zijn om het niet te doen. En met internet gaat dat wel makkelijk. Mensen kunnen online hun voorkeur opgeven, dat je een mailtje krijgt, we hebben weer een werk van, die en die kunstenaar. **Is het daardoor ook iets lastiger geworden, omdat het zo open is, omdat iedereen heel goed weet wat de prijzen zijn?** Ik denk dat het voor de kunsthandelaar wel moeilijker is geworden ja. Op een moment, dat jij op een grote beurs staat en je verkoopt schilderijen. Je vraagt 100.000 euro en iedereen kan op Artnet zien, dat het ding voor 5.000 gekocht is. Dan moet jij je als kunsthandelaar wel verantwoorden. waarom je zoveel winst wil

maken, denk ik. **Merkt u daarin ook verschil dat handelaren daaraan onderdoor gaan?** Nee. Al denk ik wel, dat de kunsthandel het moeilijk heeft, vooral het midden en ondersegment. **En hebben de kleine veilinghuizen het daardoor lastiger?** Ja, dat zou kunnen. Ik hoor wel mensen klagen. Ik moet zeggen, dat het nog redelijk goed gaat. Het aanbod is goed. Ik denk dat het met een aantal veilinghuizen in Nederland heel goed gaat. En dat het er op het moment toch wel veilinghuizen zijn, die het ook wel zwaar hebben. **Gaat dat nog veranderen denkt u of zal dat altijd zo door blijven gaan?** Als je daarbij mikt op de onderkant van de markt, dat is wat we net al hebben aangegeven, dat is gewoon moeilijk verkopen. Aan de andere kant zijn de marges ook veel kleiner, het percentage is natuurlijk hetzelfde. En dat maakt het zwaar. Dus als veilinghuis moet je zorgen, dat je kostbare stukken binnenkrijgt.

## **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven in uw loopbaan?**

Nou ja, ik heb de zaak eigenlijk overgenomen per 1 januari 2012, dus ik ben eigenlijk pas anderhalf jaar eigenaar. We hebben in oktober vorig jaar een schilderij verkocht van Johannes Bouman voor 78.000 euro en dat was meteen ook een record. Daarmee is het voor mij wel een belangrijk werk. Bevestiging voor mij dat het goed loopt. **Heeft u het ook wel eens andersom? Dat u denkt dit gaat heel veel opbrengen en dat er niemand op biedt?** Ja dat gebeurt ook. Soms zet je net iets te hoog in. Op de laatste veiling hadden we twee schilderijen van Sal Meijer, een Joodse kunstenaar, een beetje naïeve schilder. Dat is wel echt heel populair. Hadden we een richtprijs van 10.000 tot 15.000 euro. En ik denk dat. dat en dat wilde de inbrenger. Dat was wel in overleg, ik denk dat het wel belangrijk is voor de prijsbepaling. Die wilde minimaal 10.000 euro hebben, omdat het een dusdanig kostbaar schilderij was. En dat laat je dan niet lopen. maar achteraf gezien was het gewoon te hoog geprijsd, 6.000 was realistisch geweest. En dan had je het waarschijnlijk ook verkocht. En misschien wel voor een prijs van richting de 10.000. Maar met die taxatie heb je gewoon potentiële kopers afgeschrikt. **Is het zo, dat het op zo'n moment ook verstandiger is om lager in te zetten?** Ja maar punt is. Kijk, als de verkoper het niet wil, dan kun je kiezen. Of je gaat het helemaal niet doen of je gaat het gewoon proberen. En iets proberen van 100 euro dat schiet niet op, maar iets proberen van 10 mille, als dat dan lukt, dan zet het wel zoden aan de dijk. **En wat doet u dan met zo'n schilderij dat niet verkocht is?** Ja, dat gaat terug naar de inbrenger. Zo van, u kunt het thuis weer ophangen. Het gebeurt ook wel eens dat een inbrenger dan ook gezien heeft, dat het niet wordt verkocht. En dan zijn ze overtuigd, dat ze

dan zeggen van, nou doe het dan toch maar. En dan wacht je een half jaar en dan biedt je het nog een keer aan. Verder hebben we ook voor het Koningshuis een aantal dingen geveild in samenwerking met Sotheby's. Dat is leuk. Daar krijg je heel veel media aandacht op. **En dan ook internationaal of blijft het toch binnen Nederland?** Nou dat viel wel mee inderdaad, het waren ook maar vijf of zes items in de grote Juliana sale. En dan zie je toch maar, dat het Koningshuis, als je dat in een persberichtje zet, dan staat de telefoon roodgloeiend. Dat is voor de prijs. Dan is de herkomst eigenlijk ook belangrijk. Eigenlijk brengt het dan onrealistisch veel geld op, omdat het van de koningin geweest is. **Heeft de herkomst er dan ook mee te maken?** Ja, herkomst is zeker van belang. Als een schilderij vijftwintig keer al op veiling is geweest in de afgelopen twee jaar, terwijl een schilderij gewoon aantoonbaar de afgelopen honderd jaar in een particuliere collectie heeft gezeten. En al helemaal als het een collectie is die bekend is, zoals een museum, of rechtstreeks van kinderen van de kunstenaar. Dat zijn factoren die belangrijk zijn, ook omdat je hiermee de authenticiteit kunt bevestigen. **Denkt u dat er verder nog factoren zijn, die een rol spelen, die nog niet door de vragen aan bod zijn gekomen?** Ja, nou ja. De kwaliteit, herkomst, staat van het werk, voorstelling, dat zijn wel de belangrijkste factoren. **En denkt u dat dan meer kunstenaar of kunstenaar gerelateerde factoren een grote rol spelen, dan bijvoorbeeld de smaak van het publiek of hangt dat van het stuk zelf af?** Ik denk dat de kunstenaar niet altijd uitmaakt en dat de staat altijd wel belangrijk is. Terwijl bij een Picasso gaat het alleen om meer geld. Maar in principe is het nog steeds, als het in slechte staat is, ik noem maar wat, is het twintig procent minder waard. En dat zou bij een schilderij aan de onderkant van de markt ook zo zijn, dus dat maakt niet uit.

---

Datum: 25 juni 2013

Veilinghuis: Amsterdam Auctioneers Glerum

Geïnterviewde: Talita Teves

Functie: Owner

Aantal jaren werkzaam veilinghuis: 9 jaar

Plaats: Amsterdam

Duur: 19:03

## **1. Is de mate van ervaring van invloed bij de taxatie van een schilderij?**

Ja ik neem aan, dat bij alles is ervaring belangrijk. Je kunt pas iets taxeren, je hebt heel veel hulp tegenwoordig van allerlei online websites, zoals Artprice en Artnet. Maar als je op een taxatiebezoek bent bij mensen thuis, is het een beetje raar, als je steeds in je computer gaat kijken en die kun je ook niet meenemen. Je moet bepaalde dingen ook uit je hoofd weten en dat weet je alleen maar door ervaring. Het gekke is dus wel, hoeveel ervaring je ook hebt, iedere veiling blijft altijd hele gekke resultaten vertonen. Sommige werken en ik denk dat het ook wel is versterkt door de recessie, de recessie heeft niet zoveel nieuws gebracht, maar wel die tendensen die er al waren versterkt. En wat je ook heel duidelijk merkt, is dat het steeds lastiger wordt om iets echt goed in te schatten, dat het vroeger makkelijker ging. **En hoe komt dat?** Omdat het een hele gekke markt is, een type markt en dat geldt voor alle, ook als je een groentewinkel hebt of op een advocatenkantoor werkt. Er was vroeger veel meer standaard waar je vanuit kon gaan, van oh ik krijg wel zo en zoveel cliënten. Dus de markt is wat lastiger in te schatten vaak. Je merkt tegenwoordig duidelijker dat je wordt verrast, van een aantal werken die verkopen heel makkelijk. Die blijken opeens heel moeilijk te gaan, die gaan met hakken over de sloot. Terwijl andere werken, die zijn niet zo interessant, die schieten opeens ver boven de prijs uit. Het is een wat onvoorspelbare markt. **Heeft dat misschien ook te maken met de verandering van smaak of de verandering door internet?** Nee, ik denk dat mensen door de recessie zijn gewoon kieskeuriger geworden. En dat kan zich dus uiten, doordat mensen echt alleen maar kopen wat ze echt heel mooi vinden. Of alleen maar kopen, waarvan ze echt denken dat ze een goede belegging hebben. Dus het is veel minder. Er wordt wat minder zomaar gekocht. Ik denk dus dat iemand, die iets heel specifiek gaat kopen, dan is die prijs veel moeilijker in te schatten, want die beweegreden kun je nooit in je taxatie meenemen.

## **2. Als u een schilderij voor het eerst ziet, welke stappen doorloopt u dan bij de taxatie van een schilderij?**

Ik begin met de naam, dus dat is soms overigens ontzettend jammer, maar het draait allemaal echt om namen. Dat is het ook veel meer gaan doen. Ik werk nu vijftien jaar in de veilingwereld en het is echt namen, namen, namen. En wij merken dat bijvoorbeeld heel duidelijk als we bij het RKD komen, het Rijksbureau voor Kunsthistorische Documentatie, op een plaats waar namen er minder toedoen. Maar waar mensen er heel erg mee bezig zijn van, ach kijk eens hoe mooi die lucht. En kijk eens hoe prachtig die golven en de weerspiegeling van het licht is op het voorstevan of wat het ook is. Terwijl we er dan alleen maar naast staan

met dollartekens in onze ogen en denken is het een Mesdag. Maar het is Mesdag, dus het draait heel erg om namen. Dus je begint met de naam, dan vervolgens, voor die naam is het een goed werk? Is het, ik bedoel van Isaac Israels hoef je niet zo nodig een bloemstillevens. Je wilt dus het onderwerp, waar diegene voor geliefd is. Dan heel belangrijk, is het in goede staat? Als een schilderij helemaal bedoekt is, of een mooie 17<sup>e</sup> porseleinen schotel gerestaureerd is en de krammen zitten erin, dan weet je dus. Je kijkt dus eerst naar de naam en dan ga je vervolgens kijken naar dingen die de prijs weer naar beneden kunnen halen.

### **3. Op welke punten beoordeelt u een schilderij?**

Nou wat wel helpt en dat noemde jij net al, of het dus goed past in het hedendaags interieur. Dus een heel sober donkerbruin schilderij zal een stuk minder goed verkopen, dan een lekker licht vlot geschilderd werk. Dus dat zijn allemaal punten die je meeneemt, maar dat valt eigenlijk allemaal een beetje onder de punten die ik net al zei.

### **4. Beoordeelt u ieder schilderij op dezelfde punten?**

Ja, alleen met een hele grote naam ben je minder streng dan met een kleine naam. Met een minder kleine naam denk je, ja de verhoudingen zijn niet helemaal lekker. Zoals daar op dat schilderij, de mand daar die zweeft. Dat klopt helemaal niet. En de verhouding tussen de kan en de paprika's is niet correct. Daarentegen, als er Picasso onder zou staan, dan kan je het niet schelen. Dan denk je, nou dan had ie een offday, zoals dat dan heet als ie iets minder sterk in z'n verhoudingen zit. Dus des te minder groot de meester, des te strenger je eigenlijk bent.

**Naar mijn idee is er wel een groot verschil tussen Oude Meesters en Hedendaagse kunst, wordt daar dan nog op andere punten gelet?** Des te ouder een werk is, des te strenger je bent op de conditie. Dat zeg ik trouwens niet helemaal goed, want zeg maar, van een nieuw schilderij wat tien jaar geleden is geschilderd, daarvan verwacht je niet dat ie ook bedoekt is. En dat ie een gebrekkige spanning heeft. En dat ie allemaal verfverlies en lacunes heeft en grote breuken in. Terwijl bij een Oude Meester zal je dat sneller vergeven, want ik zeg altijd maar zo: er is geen Rembrandt, die niet honderd keer overschilderd is geweest. Het is vaak zo dat er wat verkeerde restauraties hebben plaatsgevonden. Een Oude Meester is sneller bijzonder, omdat ie al zo'n tijd heeft weten te overleven, weten te surviven. En bij een Oude Meester geldt natuurlijk ook, des te ouder het werk is, hoe is het tweede verhaal wat speelt. Hoe bijzonder het is dat het bewaard is gebleven. Eigenlijk vertelt dat verhaal zelf ook al een

verhaal. En des te ouder de kunst is, des te makkelijker eigenlijk terug te leiden is naar de periode waarin het is geschilderd. Dus het vertelt iets over de situatie waarin men toen ook leefde. De mode die toen heerste. Of in tijden dat we een heel rijk land waren, zie je vaak dat kunst en antiek van veel duurdere materialen worden gemaakt. Je ziet dat als we heel gelovig zijn, zijn dat veel voorkomende onderwerpen. En op het moment dat we ons gaan afzetten of het moment dat we internationaal meer vrijheid kennen, gaan we ons meer afzetten tegen politieke bewegingen. Dus dat is natuurlijk heel geestig om te zien, hoe een schilderij dat vervolgens ook verbeeldt.

### **5. Denkt u dat taxateurs bij Oude Meesters op andere punten letten dan bij bijvoorbeeld hedendaagse kunst?**

Ja dat denk ik wel, maar dat zal dan vooral met de conditie te maken hebben. De hele voorstelling is gewoon heel anders dus het is moeilijk om iets anders te noemen dan conditie.

### **6. Zijn er schilderijen waarbij u meer moeite heeft om de waarde te bepalen?**

Het is heel lastig om een schilderij te taxeren, als er van die kunstenaar nog nooit iets op de markt is geweest. Of bijvoorbeeld heel zelden. En dan een totaal ander onderwerp, want dan is het heel moeilijk. Want in principe werkt het wel zo, dat je taxeren je bepaalt de prijs niet, de prijs wordt bepaald door de markt, door het publiek, die komt tot stand met die veiling. Maar je geeft in ieder geval een indicatie. En zo'n taxatie betekent eigenlijk, wanneer men een bod zou achterlaten om een bod tussen die twee bedragen, dan moet men een redelijke kans hebben om het werk te kunnen winnen. En je houdt je dan dus vast aan eerder behaalde veilingresultaten bij jezelf en bij anderen. Maar als die er niet zijn, dan wordt het heel lastig, want dan zou het eigenlijk een kwestie van smaak worden. Want misschien iets wat ik heel mooi vind, vindt jij misschien heel lelijk. Vindt je afgrijselijk, dus dat is heel moeilijk in te schatten, hoe taxeer je dat dan. **En speelt dat dan ook een rol, de smaak van de koper dus sowieso, maar de smaak van de taxateur?** Ja dat denk ik wel, ik denk dat daarin de ervaring goed kan helpen. Omdat jij je cliënten misschien beter kent dan als je weinig ervaring hebt, dus vaak weet je bij een schilderij wel, daar heb ik wel gegadigden voor. Of is dat niet iets voor die of die? Dus als je zo'n gevoel hebt, ben je eerder geneigd om het wat ruimer te taxeren. Of om het überhaupt aan te nemen, dan als je denkt ik weet niet of we dit kunnen



verkopen. Dan zou je sneller het werk dus niet aannemen. We veilen ook niet alles wat we aangeboden krijgen. Sterker nog, we veilen maar een deel daarvan.

### **7. Bent u selectief bij het aannemen van schilderijen?**

Ten eerste veilen we pas vanaf een bepaalde waarde. En bepaalde veilingen, zoals deze nu, dan geldt ook decoratieve waarde. En bij een andere veiling pas vanaf 1.000 euro en maken we een uitzondering voor 800 euro. En daaronder veilen we eigenlijk niet. Dus je ziet eigenlijk dat vanaf een bepaald niveau, of het moet bijvoorbeeld heel leuk zijn of heel nieuwe. Maar in principe moet het toch wel al snel een kunsthistorische waarde vertonen. **En heeft het er ook mee te maken, dat wanneer iets in een belangrijke collectie of in een museum heeft gehangen, dat het meer invloed zou kunnen hebben op de waarde?** Ja je merkt heel erg, dat als iets uit een belangrijke collectie komt, dan zal men heel snel zal geneigd, zijn ten eerste om het te kopen en ten tweede om er ook meer voor te betalen. Ja, echt idioot is dat, maar provenance, zoals we dat dan noemen, is echt ontzettend belangrijk.

### **8. Is het in uw positie als taxateur toegestaan om op de hoogte te zijn van de potentiële kopers? En daarmee bedoel ik eigenlijk, als u weet dat deze meneer of deze mevrouw of deze mensen hebben interesse, dat er dan ook een andere prijs wordt neergezet?**

Ik begrijp het eigenlijk niet. Is het hetzelfde als wat ik net zei, ik heb en we hebben in ieder geval een aantal klanten, die zijn gek op vogelschilderijen. En ik heb ook iemand die koopt alles wat rood is. Natuurlijk zal je dan makkelijker iets aannemen of minder streng taxeren, dan wanneer je denkt: oh ik weet niet welke markt we hiervoor moeten aanboren. En vaak werkt het wel zo dat, en dat zie je nu ook met de recessie, omdat het dus een beetje een gekke onvoorspelbare markt is, dat we vaak toch iets lager, iets voorzichtiger taxeren. In de hoop kijk, want kijk er moet ook worden verkocht, anders is niemand erbij gebaat. Het veilinghuis niet, maar de inzender ook niet, want die verkoopt ook niet zonder reden. En als je het lager prijst, dan heb je, in ieder geval lok je meer mensen. En dan hopen dat het zijn vlucht neemt en dat die prijs dan nog wordt gecorrigeerd. **En is het dan vaak nog lastig om de verkoper ervan te overtuigen om inderdaad misschien dan een iets lagere prijs ervoor in te zetten?** Ja nou, dat ligt eraan. Sommige verkopers die moeten verkopen, dus die hebben niet eens een minimum prijs op hun werk gesteld. Daarentegen zijn er natuurlijk ook mensen die een schilderij hebben geërfd en hun vader heeft dat nog in 2000 op de TEFAF gekocht voor een

wereldbedrag. De TEFAF is sowieso een heel stuk duurder. Daar betaal je natuurlijk extra voor, dat je het op de TEFAF koopt. Daarnaast zijn veel van de markten toch wat gedaald in prijs, gezakt in prijs. Dus dat allemaal meegenomen, dan kan het zomaar zijn dat een werk nog maar een kwart of een zevende van de oorspronkelijke aankoop prijs vertegenwoordigt. En dat is natuurlijk wel shocking. Er zijn zeker veel mensen die denken dan denken: jeetje, mijn vader heeft dat voor 200.000 euro gekocht en het is nu dus maar 30.000 waard. Nou ja waard, qua taxatie. En dan kan het natuurlijk nog wel 50.000 of 60.000 opbrengen, maar het gaat nooit hetzelfde bedrag opleveren. Dus dat is natuurlijk wel lastig voor mensen en voor het veilinghuis. Je hebt natuurlijk liever cliënten die zeggen, oh ik heb het ooit voor een euro ergens gekocht . Die vindt alles al winst.

### **9. Welke verkoop is u het meest bijgebleven in uw loopbaan?**

Dat zijn er zoveel. Degenen die je het meest bijblijven zijn vaak de mensen die het geld, de opbrengst vervolgens heel goed kunnen gebruiken. Vaak is dat ontzettend ontroerend, dus iemand die zijn lievelingsschilderij bij wijze van spreken of zijn familiestuk moet verkopen, want die wil zo graag, een oma bijvoorbeeld, die wil zo graag haar kleinkinderen in Australië opzoeken, want die heeft ze nog nooit gezien. En dan is het wel heel machtig, als dat schilderij ook nog eens heel goed wordt verkocht. Het is dus eigenlijk meer de emotionele kant van verhalen die het meest aanspreekt. Het is natuurlijk sowieso machtig als iets goed verkoopt, maar het is meer de emotionele kant van verhalen, dat je echt wat doet. Maar het kan ook voor de koper gelden. Voor een redelijk jong stel, wat helemaal nerveus voor hun eerste veiling is, omdat ze zo verliefd zijn op een schilderij. En ze komen wel drie keer terug tijdens de kijkdagen, om nog eens op te meten met de lijst erbij of om nog een keer een foto te maken. En het is dan wel ontzettend zoet als die mensen natuurlijk helemaal blij zijn als ze het kopen. **Dat was het eigenlijk al, maar zijn er verder nog dingen waarvan je denkt, het zit niet in de vragen maar het is wel belangrijk?** Nee, ik denk dat je, wat interessant is om, maar misschien heb je dat al gedaan, om inderdaad Artprice te bekijken. Die hebben dus onderin, dat is mij dus een tijdje geleden pas opgevallen, onderin hebben ze dus een soort tabelletje staan. En dan kun je zien of die kunstenaar is gestegen of gedaald in prijs. Het is echt heel interessant om te zien. En ik denk dat het wellicht goed is, maar ik denk dat je scriptie daar niet over gaat, iedereen heeft het natuurlijk over de prijsdalers, maar er zijn natuurlijk een hele grote groep mensen, die zeggen van, nou ik heb een centje en ik wil er wat van kopen en ik ga het niet meer in bakstenen steken of in aandelen, want dat was niet zo'n

succes. Weet je wat, ik koop een goed stuk kunst. Maar dan koop ik wel iets heel goeds of iets heel knaps. En je ziet dus dat allerlei nieuwe recordprijzen worden verbroken. **En is er dan nog een specifieke stroming?** Ik denk Modern doet het echt goed. Oude Meesters is echt een kopersmarkt, die moet je kopen en niet verkopen. En Modern moet je verkopen en niet kopen, bij wijze van als je er voor de centjes in zou zitten. Maar het ligt eraan hoor en je kunt ook niet zeggen alle Moderne Kunst. Maar op dit moment verkoopt Modern heel goed en dat heeft weer te maken met het hedendaags interieur. Het moet allemaal passen bij een witte Jan de Bouvrie bank en een witte laklamp. **Nu we hier zo zitten middenin de tentoonstelling heeft de plaats waar een schilderij hangt ook nog invloed op de prijs?** Ja, dat denk ik wel, mensen houden ervan om iets te ontdekken tijdens een kijkdag, een schilderij te zien die nog niemand heeft gezien. Als een schilderij in een hoekje hangt, geeft dit de potentiële koper het gevoel, dat ze het hebben ontdekt en daarom zijn mensen fan van hoekjes binnen de kijkdagen.