

# ArtAssistant schildert zich een weg binnen de internationale online kunsthandel

Nick Vanderheyden, freelance journalist

Het online platform van kunsthandel ArtAssistant wil de absolute nummer 1 worden in zijn niche. Enkele kapitaalrondes leverden de onderneming een waardering op van 2,75 miljoen euro. Hoog voor een Belgische startup, erg bescheiden volgens Amerikaanse standaarden. Na het ontwikkelingsjaar 2017 zet oprichter **Alexander Tuteleers** vol in op commercialisering. Bovendien zit de onderneming op een tweesprong: gestaag verder bouwen (op zijn West-Vlaams) of kiezen voor 'the American way'?

**ArtAssistant** is in december 2016 vanuit Brugge opgericht en heeft ook een contactpunt in Brussel. De onderneming biedt een totaalplatform voor de online kunsthandel. Het systeem laat, via een abonnementsformule van 3.000 euro per jaar, kunstverzamelaars en -handelaars toe om hun collecties online veilig te stellen, te laten valoriseren door experts en uit te breiden via het brede netwerk. Oprichter **Alexander Tuteleers** groeide op in de wereld van de kunst. Zijn vader **Gil Tuteleers** is de gangmaker achter een ganse waaier aan beurzen, promomanifestaties en exposities rond kunst en antiek.

Alexander is overtuigd van de marktrijpheid van zijn vernieuwende project: "Ik wou mijn kennis van de markt en ervaringen in de sector samenbrengen in een digitaal platform. Mijn try-out was **Clientdock** in 2006, een beperkt digitaliseringssysteem, dat in feite te vroeg kwam. Tien jaar later was ik overtuigd dat de markt helemaal klaar is voor disruptie. Er heerst een vernieuwde digitale mentaliteit, fiscale transparantie, een nood aan meer en duidelijkere informatie, een exploderende online verkoop."

## Doorgroeien via kapitaalrondes

In augustus 2017 werd de bvba ArtAssistant omgevormd naar een nv, samen met een eerste kapitaalronde,

gerealiseerd door contacten van de internationale **bank Rotschild**. Deze bank is vooral gericht op vermogende particulieren.

**Alexander Tuteleers**: "Een bepalende factor in de uitbouw van mijn onderneming is het behoud van **onafhankelijkheid**. Een associatie met een veilinghuis zou onze geloofwaardigheid zwaar aantasten. De zoektocht naar een gezonde financieringsmix kreeg daarom prioriteit. Via Rotschild nodigden we een eerste keer particulieren uit voor tickets van 25.000 tot 50.000 euro en haalden we 125.000 euro op. Achteraf bleek er erg veel interesse voor een kleinere inbreng en richtten we bijkomend een coöperatieve vennootschap op: **ArtAssistant Crowdfunding cvba**. De tax shelter voor starters van de Belgische overheid kwam voor ons op een uitstekend moment. Met dit systeem krijgen investeerders 45% belastingvoordeel. Via Bolero waren we bij de eerste campagnes en werd 114.000 euro kapitaal bijgepompt. De afzonderlijke bedragen, tussen 100 en 5.000 euro, bundelden we in de cvba die als een partij investeert."

Na deze kapitaalrondes schakelde Alexander Tuteleers snel over naar de formule van een Winwinlening bij de **Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV)**. Deze formule houdt in dat ondernemingen lenen van

particulieren tegen een rente van 4,5%. De overheid komt voor 2,5% tegemoet en biedt particulieren de zekerheid van rendement.

"Hierdoor kunnen we tot 200.000 euro ophalen via heel wat nieuwe merkambassadeurs die tussen de 5.000 en 50.000 euro investeren. Het eerdere kapitaal was nodig voor onze digitale ontwikkeling, de jongste injecties worden vooral besteed aan commercialisering.

We hebben ondertussen kennis gemaakt met honderden galeries. Die kiezen er meestal voor om het platform eerst uit te testen als gratis gebruikers en worden dan (eventueel) de eerste betalende klanten. We zijn volop bezig met de uitbreiding van ons sales team om de leads beter te kunnen opvolgen en om onze conversieratio te optimaliseren. Dat vereist de opening van een tweede verkoopkantoor in **New York** en later een derde in **Hong Kong**. Samen met Brugge/Brussel hebben we zo een mooie dekking van de internationale markt en zijn we fysiek aanwezig in belangrijke, kapitaalkrachtige epicentra van de kunstwereld."

## Kritische succesfactoren

De ambitie van de Bruggeling is duidelijk: met ArtAssistant wil hij de absolute nummer 1 worden. Hij opereert in een niche met een zeer beperkt aantal spelers.



Alexander Tuteleers: 'Blijven we gestaag groeien of gaan we voor 'the American way' met explosieve groei?'. (foto NVDH)

**Alexander Tuteleers:** "Het grote verschil met de meeste starters is dat wij in een erg specifieke branche opereren. Dat levert een groot voordeel, aangezien investeerders voorzichtiger zijn en ondernemers vaak affiniteit hebben met kunst. In vergelijking met brede sectoren kennen we daardoor weinig concurrentie. Daarbovenop staan we, dankzij een sterke achtergrond, voor onafhankelijke kunstpromotie, iets wat je in de markt überhaupt bijzonder weinig tegenkomt." Een andere succesfactor voor disruptieve digitale startups ligt daarnaast bij een snelle doorgroei. Dat is vaak de hoofdreden om uit te wijken naar de Verenigde Staten.

"Kijk bijvoorbeeld naar **Artsy**. Dit commerciële platform voor de kunsthandel, gevestigd in New York sinds 2011, is gewaardeerd op 275 miljoen euro. Dat is een factor honderd in vergelijking met ons project, dat nochtans voor een onafhankelijke totaalaanpak staat. Niet evident om met deze mensen evenknie te houden."

### Bescheiden West-Vlaamse aanpak of 'the American way'?

Tuteleers is in juni 2018 benaderd door een Europees investeringsfonds voor een extra kapitaalronde in het najaar. Dat zou over veel grotere bedragen en waardering gaan dan nu het geval is. Deze interesse maakt wel dat de startup op een tweekop zit. "Of we blijven gestaag groeien als voorzichtige Belgische onderneming, of we gaan voor 'the American way' met ontzettend veel kapitaal en een explosieve groei. De erg beperkte startup scene hier, duwt ons eigenlijk in de tweede richting. In België lijkt het alsof we vooral op onszelf zijn aangewezen. Het ontbreekt aan daadkracht bij agentschappen zoals PMV en VLAIO. Op West-Vlaams niveau is het al niet veel beter. De beperkte initiatieven doelen eerder op de, met alle respect, lokale bakkers en beenhouwers. Wij ambiëren echter de wereldwijde top en daarvoor ontbreekt vooralsnog gedegen ondersteuning. Niet voor niets zijn het vooral de Nederlandse

webshops die het bij ons goed doen of worden onze grote techbedrijven zwaar gefund in New York of San Francisco. Nee, initiatieven vanuit de (West-) Vlaamse overheden gaan vooralsnog niet leiden tot het vinden van de Google van morgen."

[www.artassistant.com](http://www.artassistant.com)