

**DIRK BOLL**

**KUNST IST KÄUFLICH**

Freie Sicht auf den Kunstmarkt

**HATJE  
CANTZ**

# Inhalt

- 9 **Vorwort zur 3. Auflage**
  
- 11 **Einführung**
  
- 13 **Die Kunstmärkte**
- 15 **Die Frage nach dem richtigen Ort**
- 17 **Die Geschichte des Kunstmarktes**
  - Die Anfänge 17
  - Der Markt der frühen Neuzeit 18
  - Frühe Expertise 22
  - Der moderne Kunstmarkt 24
  - Nachkriegsentwicklungen 28
  - Boom und Ernüchterung 33
  - Krisen und Kartelle 35
  - Das 21. Jahrhundert 37
  
- 43 **Die Struktur des Kunstmarktes**
  
- 43 **Kommerzielle Kunstvermittler**
  - Der Handel 43
  - Die Auktion 46
  - Eine Mischform von Handel und Auktion 48
  - Berater, Sachverständige, Detektive 49
  - Kunstmarkt und Luxusindustrie 51
- 55 **Inhaltliche Kunstvermittler**
  - Die Museen 55
    - Museen und der Markt 55
    - Verkauf von Museumsinventar 57
  - Die Berichterstattung 59
  - Der Sammler als Kunde 60
    - Unternehmenssammlungen 62
    - Der Händler-Sammler 66
    - Sammlerdaten sammeln 67
  
- 68 **Fazit**
  
  
- 71 **Grundlagen und Rahmenbedingungen**
  
- 71 **Organisatorische Grundlagen**
  - Absatzformen 71
  - Englische Auktion 72
  - Transparenz 72
- 74 **Vom Wert und Nutzen der Kunst**
  - Kunstkonsum und Interior Decorating 79
  - Die Tradition von Wertbetrachtung 82
  - Die Börse und der Preis 84
  - Kunst als Investment 86

- 89 **Juristische Rahmenbedingungen in der EU und der Schweiz**  
 Zoll und Steuern 89 Kulturgüterschutz und Exportvorschriften 91  
 Das Folgerecht 98 Internationale Artenschutzabkommen 100  
 Kunstmarktrecht am Beispiel Deutschlands 101 Rechtsgrundlagen der  
 Internetdistribution 105 Geldwäscheprotektion 106 Rechtswidrige  
 Praktiken 112  
 Die Scheinauktion 113 Der Händlerring 113 Angeräumte Auktionen 114
- 115 **Fazit**
- 118 **Kunst als Ware**
- 118 **Produkteigenschaften**  
 Authentizität 120 Knappheit 120 Marktfrische 121 Provenienz 122  
 Museale Dokumentation 124
- 126 **Klassische Sammelgebiete**  
 Gemälde 127  
 Alte Meister 127 Impressionismus und klassische Moderne 128  
 Kunst nach 1945 130  
 Kunst auf Papier 131 Skulpturen 133 Angewandte Kunst und Asiatika 135  
 Ausbau von bestehenden Marktbereichen 139
- 141 **Neue Geschäftsfelder**  
 Marktverengung und neue Trends 142 Crossover: Mode und Kunst 144  
 Design 145 Fotografie 147 Installationen 151 Kunst der neuen  
 Medien 152 »Lifestyle«-Sammelgebiete 153
- 156 **Raubkunst als Ware**  
 Raub und Wiedergutmachung 157 Rechtsgrundlagen 162  
 Auswirkungen auf den Kunstmarkt 165
- 169 **Fälscher der Kunst**  
 Formen der Kunstfälschung 169 Absatz von Fälschungen 172  
 Nachweis von Fälschungen 173 Berühmte Beispiele 177 Relevanz für die  
 Kunstmarktsysteme 181 Artverwandte Bereiche 183
- 185 **Fazit**
- 190 **Der Beschaffungsmarkt**
- 190 **Der Kunstmarkt als Mangelverwalter**
- 192 **Konkurrenz auf dem Beschaffungsmarkt**
- 197 **Kundenkontakte auf dem Beschaffungsmarkt**  
 Handel 197  
 Kommunikationspolitik 197 Zusammenschlüsse 199 Die Grenze zwischen  
 Primär- und Sekundärmarkt: Galerist – Künstler 200  
 Auktionshäuser 203  
 Expertensprechstunden und Referenzpolitik 203 Garantieversprechen 204  
 Sonstige Finanzdienstleistungen 207 Das Netzwerk 208
- 210 **Fazit**

- 212 **Der Absatzmarkt**
- 212 **Der Absatzmarkt des Handels**  
**Verkaufsräume** 213  
Der Standort 214 Das Netzwerk 215  
**Messen** 215  
Die führenden Messen der Welt 218 Erfolgsfaktoren 221  
**Neue Distributionskanäle und Handel im Internet** 222 **Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt** 225  
Kataloge 228 Vorträge und Vernissagen 229 Sonderaktionen und Galerie-Festspiele 230  
**Kundendienst** 231
- 232 **Der Absatzmarkt der Auktionen**  
**Die Saalauktion** 233  
Der Katalog zur Saalauktion 234 Die Vorbesichtigung 238 Der Auktionsablauf 239 Die Atmosphäre 243  
**Die Internetauktion** 245  
Herausforderungen 246 Organisationsmodelle 247  
**Neue Distributionskanäle** 251 **Der Kampf um den Mittelmarkt** 252  
**Kundenkontakte auf dem Absatzmarkt** 254  
Das Käuferaufgeld 255 Instrumente 256  
**Kundendienst** 259  
Beratung 259 Organisationshilfen und Finanzdienstleistungen 261  
Benefiz-Auktionen 262 Sonstige Dienstleistungen 263  
**Absatz in der Mischform von Handel und Auktion** 264 **Groß gegen Klein?** 265
- 267 **Fazit**
- 271 **Zusammenfassung und Ergebnisse**
- 271 **An- und Verkauf über Auktion und Handel**  
272 **Eine Bestandsaufnahme der Marktveränderungen**  
276 **Entwicklungslinien und Fazit**
- 279 **Anhang**