

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkung	vii
<b>I. Einleitung: Kunst - eine Ware und ihr Preis</b>	<b>1</b>
1. Fragestellung und Lösungsansatz	1
2. Literatur und Forschungsstand	2
3. Methode und Aufbau	3
<b>II. Die Perspektive der Ästhetik</b>	<b>5</b>
1. Kunst und Kunstmarkt - Definitionen	5
2. "Dem Schönen, Wahren und Guten" - Der ästhetische Wert der Kunst	8
2.1. Das Auge des Künstlers	8
2.2. Das Auge des Betrachters	33
2.2.1. Die Sehleistung - Unbewußtes und bewußtes Entschlüsseln	42
<b>III. Die Perspektive der Ökonomie</b>	<b>69</b>
1. Gut und teuer? Wie Ästhetik und Preis korrelieren	69
2. Das Kunstwerk als Anlageform	87
2.1. Zwischen Spekulation und sicherer Rendite	88
2.2. Renditen für zeitgenössische Kunst - Beispiele	105
3. Kunst im Marktmodell - ein mikroökonomischer Ansatz	113
3.1. Der Künstler als Produzent	113
3.2. Der Galerist als Unternehmer	135
3.3. Der Kunstliebhaber und der Investor als Käufertypen	181
<b>IV. Kunst, Kitsch und Kommerz - ein Interaktionsmodell</b>	<b>192</b>

<b>V. Empirische Erhebung: Wie New Yorker Galeristen Kunst bewerten</b>	<b>195</b>
1. Zu Auswahl und Methode	195
2. Ergebnisse: Die Erfolgsrezepte der Praktiker	200
2.1. Lebensläufe und Professionalität	201
2.2. Der Kunstmarkt - ein Kommunikationsmarkt	219
2.2.1. Meinungsführer - Die Informationsquellen eines weltweiten Marktes	220
2.2.2. Künstlerselektion - Kriterien für die Auswahl	238
2.3. Kunstliebhaber und Kunsthändler - Zwei Typen von Galeristen	260
2.4. Unternehmerische Konzepte	271
2.4.1. Gutes Geld und guter Ruf - die Ziele der Galeristen	271
2.4.2. Handlungsmöglichkeiten - Kunstgeschmack und Gewinn	277
2.5. Trends - Experten über die Stile von heute und morgen	278
<b>VI. Zusammenfassung: Der Kunstmarkt - Galeristen und ihr unternehmerisches Handeln</b>	<b>282</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>286</b>
<b>Namensregister</b>	<b>296</b>