

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 Geldwäscheprävention 106 Rechtswidrige Praktiken 112
Die Scheinauktion 113 Der Händlerring 113 Angeräumte Auktionen 114
- 115 **Fazit**
- 118 **Kunst als Ware**
- 118 **Produkteigenschaften**
Authentizität 120 Knaptheit 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	Entwicklungsrichtungen und Fazit
279	Anhang