

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 Wert-
 - betrachtung 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