

## Inhalt

### **1. Die regionale Ökonomiekrise: Vorboten der Asienkrise und der Markteinbruch im Sommer 1990 4**

- 1.1 Neue Nachfragegruppen**
- 1.2 Investieren in Kunst**
- 1.3 Die Japanmode regiert die Kunstmärkte**
- 1.4 Fazit**

### **2. Die digitale Industriekrise: Das Platzen der Internetblase und die Marktabschwächung 2000/2001 8**

- 2.1 Digitale Träume: Auktionen im Internet**
- 2.2 Facetten einer Krise**
- 2.3 Mühevoller Neubeginn**
- 2.4 Fazit**

### **3. Die globale Finanzkrise: Größenwahn und Kater im Winter 2008/2009 38**

- 3.1 Immer höher und weiter**
- 3.2 Die globale Finanzkrise / 3.2.1 Das vorläufige Ende der Garantien / 3.2.2 Eine Jahrhundertauktion in Paris /**
- 3.3 Wiederaufstieg**
- 3.4 Fazit**

### **4. Die Gesundheits- und Gesellschaftskrise: Corona verändert die Welt in 2020 56**

- 4.1 Die Krise erreicht alle Winkel der Welt – und die Kunstmärkte**
- 4.2 Der »alte« Kunstmarkt / 4.2.1 Ausgabenexplosion und Kostenkontrolle / 4.2.2 Finanzielle Dienstleistungen als »slow disruptors« /**
- 4.2.3 Kunstberatung / 4.2.4 Vorschusszahlungen und Kunstkredite /**
- 4.3 Die Kunstwelt im Lockdown / 4.3.1 Galerien / 4.3.2 Messeunternehmen / 4.3.3 Auktionshäuser 4.3.4 Hybride Formate / 4.3.5 Dezentralisierung / 4.3.6 Die Unterstützung der Gemeinschaft**
- 4.4 Die Mediatisierung der Kunstwelt / 4.4.1 Online Viewing Rooms /**
- 4.4.2 Online-Messen / 4.4.3 Online-only-Auktionen / 4.4.4 Transparenz**
- 4.5 Nach der Wiedereröffnung: Alles bleibt anders / 4.5.1 Regionalisierte Erholung / 4.5.2 Staatliche Hilfen**
- 4.6 Fazit**

**5. Die neuen Kunstmärkte der Zwanziger Jahre:  
Schöne neue digitale Welt 128**

- 5.1 Gesundheit
- 5.2 Corona als Katalysator / 5.2.1 Homeoffice / 5.2.2 Rückkehr zum Konsum / 5.2.3 Kunstmarktkonomie und Geschmack
- 5.3 Regionalisierung und Dezentralisierung
- 5.4 Wird Hongkong das neue New York? / 5.4.1 Politische Rahmenbedingungen / 5.4.2 Wirtschaftliche Realitäten / 5.4.3 Ausblick
- 5.5 Museen und Kunstmarkt / 5.5.1 Weniger Besucher, weniger Geld / 5.5.2 Nur mehr mediale Institutionen / 5.5.3 Die Krise der Kunstkritik verstärkt die Bedeutung der Museen im Kanonisierungsprozess / 5.5.4 Auch die Museen Europas werden Bestand verkaufen / 5.5.5 Der Wertanstieg stellt die Frage nach der Erlösbeteiligung des Systems
- 5.6 Ethik / 5.6.1 Rassismus / 5.6.2 Gleichberechtigung, Diversität und Inklusion / 5.6.3 Kolonialismus ist out, ebenso Postkolonialismus
  - 5.6.3.1 Die andere Kunstgeschichte / 5.6.3.2 Die Frage nach dem richtigen Ort / 5.6.4 Der Karbon-Fußabdruck / 5.6.4.1 Umweltbewusstsein Prä-Corona / 5.6.4.2 Corona und Nachhaltigkeit / 5.6.4.3 Warum Braun das neue Schwarz ist / 5.6.5 Risiken der Institutionen / 5.6.6 Reformmaßnahmen für Kunstmarktunternehmen
- 5.7 Schöne neue digitale Welt / 5.7.1 Sichtbarkeit im digitalen Raum
- 5.7.2 Die Intelligenz der Maschine / 5.7.2.1 Der elektronische Experte / 5.7.2.2 Elektronische Kuratoren und Galeristen / 5.7.2.3 Client Relationship Management (CRM) / 5.7.3 Schöne neue digitale Märkte
  - 5.7.3.1 Der Durchbruch der Internetauktion / 5.7.2.2 Galerie, Kunsthandel und Messe / 5.7.4 Marketing / 5.7.4.1 Messe- und Auktionskataloge in Druckauflage / 5.7.4.2 Elektronische Kataloge / 5.7.4.3 Digitale Präsentationsräume / 5.7.5 Direkter Kunstgenuss beim Kauf
- 5.8 Die nächste Generation der Sammlerschaft / 5.8.1 Der demokratisierte Markt der industriellen Luxusobjekte / 5.8.2 Analoge Reminiszenzen
- 5.9 Versuch eines Fazits

**Anmerkungen 223**