

Inhalt

1. Einleitung und Erarbeitung einer Fragestellung	5
2. Definition wichtiger Begriffe.....	7
2.1. (K)eine Definition von Kunst.....	7
2.2. Die Begriffe Kunsthandel und Kunstmarkt.....	8
2.3. Der Begriff des Kunstwertes	8
2.3.1. Der Wertbegriff an sich und seine Bedeutung für den Kunstwert	9
2.3.2. Die Unterscheidung von Wert und Preis.....	11
3. Die Entstehung des Kunstmarktes	11
3.1. Die ersten Anfänge.....	11
3.2. In der frühen Neuzeit.....	12
3.3. England zieht nach	13
3.4. Der moderne Kunstmarkt	16
3.5. Der „Schwarze Freitag“ und seine Folgen	17
3.6. Erfolg und Ernüchterung.....	18
3.7. Exkurs: <i>Sotheby's</i> unter Beobachtung.....	20
3.8. Wiederaufstieg nach dem Crash.....	21
4. Der Kunstmarkt und seine Akteure	21
4.1. Der Künstler	21
4.2. Der Kunsthändler	24
4.3. Der Sammler und Kunstkäufer.....	25
4.4. Galerien	27
4.5. Museen und öffentliche Sammlungen	30
4.6. Auktionshäuser	33
5. Die Dynamik des Kunstmarktes	35
6. Galerist und Auktionator – Gemeinsamkeiten und Unterschiede	39
6.1. Der Galerist	39
6.2. Der Auktionator.....	42
7. Der Beschaffungsmarkt der Auktionen	46
8. Der Absatzmarkt der Auktionen – verschiedene Auktionsarten	49
8.1. Die Saalauktion	50

8.1.1.	Die Kataloge zur Saalauktion	50
8.1.2.	Die Vorbesichtigung	54
8.1.3.	Der Auktionsablauf	55
8.1.4.	Die Atmosphäre im Auktionssaal	58
8.2.	Die Internetauktion.....	62
8.2.1.	Verschiedene Organisationsmodelle der Internetauktion	63
8.2.2.	Die Geschichte der Internetauktion.....	66
8.2.3.	Risiken und Chancen der Internetauktion	68
9.	Kunst als Ware	72
9.1.	Produkteigenschaften und Preisbildungsfaktoren	72
9.1.1.	Der Künstler	73
9.1.2.	Thema und Format	74
9.1.3.	Erhaltungszustand	75
9.1.4.	Authentizität.....	76
9.1.5.	Werkposition	77
9.1.6.	Knappheit	78
9.1.7.	Marktfrische	78
9.1.8.	Provenienz.....	80
9.1.9.	Museale Dokumentation	81
10.	Klassische Sammelgebiete und neue Geschäftsfelder.....	83
10.1.	Gemälde	83
10.2.	Graphik	87
10.3.	Skulptur.....	88
10.4.	Angewandte Kunst.....	89
10.5.	Asiatica	91
10.6.	Technikhistorische Raritäten	91
10.7.	Fotografie.....	92
10.8.	Installation	94
10.9.	Kunst der neuen Medien	95
11.	Die Situation am Kunstmarkt heute.....	96
11.1.	Der Art Market Confidence Index (AMCI) – ein neuer Vertrauensindikator auf dem Kunstmarkt.....	96
11.2.	Neuer Preisindex von Artnet	100
11.3.	Der Kunstmarkt in den Jahren 2000 bis 2007	101

11.4.	Die Jahre 2008 und 2009	104
11.5.	USA, Vereinigtes Königreich, Frankreich und China im Kampf um die Marktplatzierung.....	110
12.	Versuch eines Ausblicks	113
13.	Resümee	118
14.	Anhang.....	121
14.1.	Literaturverzeichnis	121
14.2.	Internetquellen	126