

Nichts ist so beständig wie der Wandel

Geografie

Der globale Kunstmarkt ist und bleibt in Bewegung: Bis dato ist dieser in den letzten Jahrzehnten stetig gestiegen, derzeit schrumpfen laut aktuellem Bericht der Maastrichter TEFAF Kunstmesse die Umsätze. Als ein Grund wird der Finanzeinbruch in China gewertet. So rückt, geografisch gesehen, das klassische Kunsthandelszentrum USA wieder als stärkste Macht an die erste Stelle. Ihm folgt Großbritannien und China steht nun an dritter Stelle.

Struktur

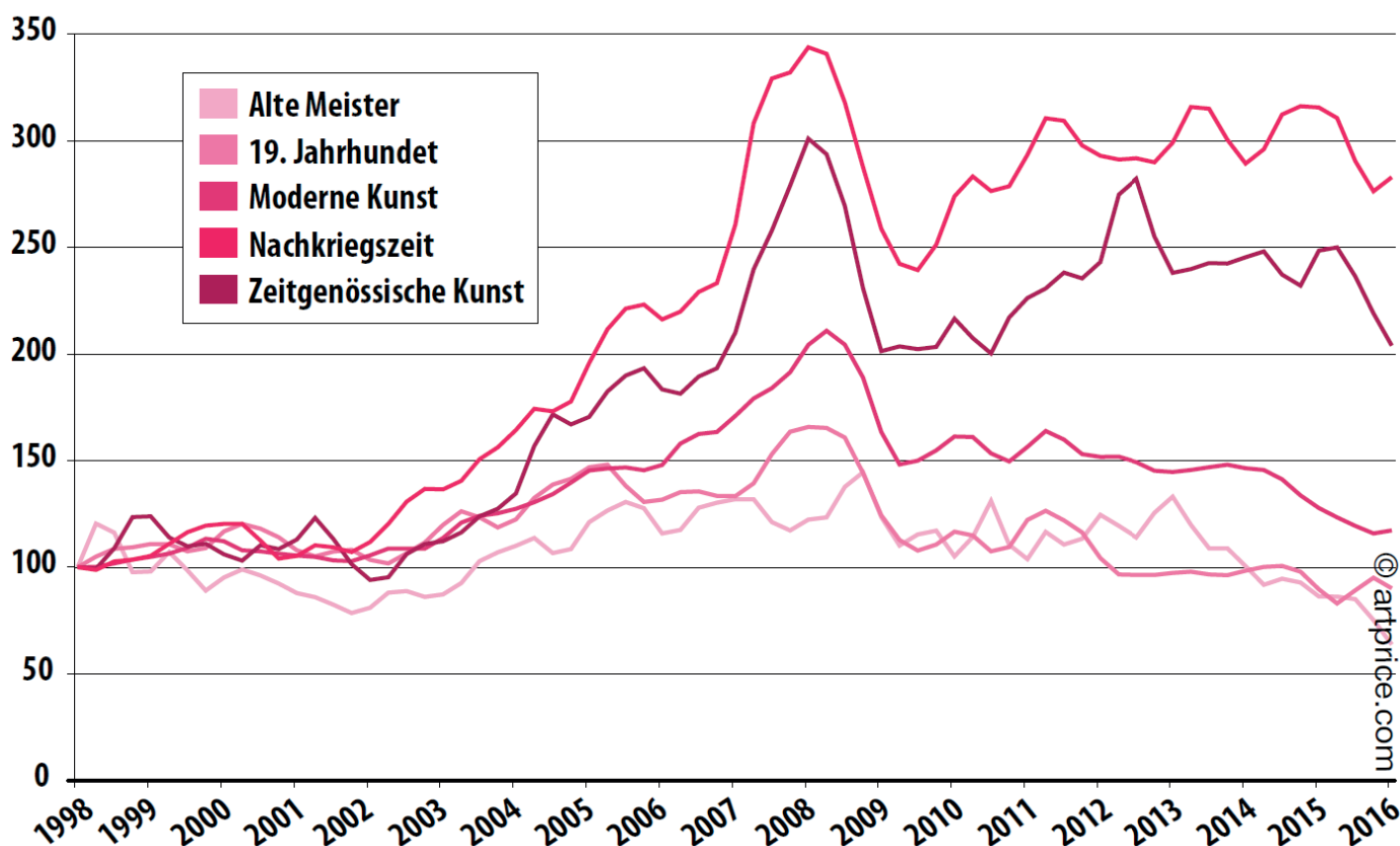
Auch der Kunsthandel verändert sich in seinen Strukturen. Die Anzahl der in den Markt strömenden Interessenten wächst rasant, es steht mehr Geld zur Verfügung und unzuverlässige Kapitalmärkte bewirken ein zusätzliches Wachstum. Mehr Handelsplattformen an mehr Orten dringen ebenfalls in den Markt. Derzeit gibt es rund 180 Kunstmessen und die Top 22 generieren über eine Million Besucher meist in vier bis sieben Tagen. Kunstmessen spielen Galeristen sehr hohe Gewinne ein und bringen den Gastgeberorten einen großen kulturellen und finanziellen Mehrwert.

Kunstwerke und Branchen

Weltweit sind es Kunstwerke des Secondary-Bereichs, die höchstdotiert sind. Wie etwa das Werk „Nafea faa ipoiipo“ von Paul Gauguin, das 2015 für geschätzte 300 Millionen USD nach Katar verkauft wurde. Ölgemälde wie diese haben eine lange Historie. Die Provenienzprüfung, Zuschreibung und aktuelle preisliche Evaluierung, also 100-prozentige Due Diligence, muss sorgsam betrieben werden, bevor ein Werk seriös angeboten werden kann. Dies stellt auf der einen Seite Hürden und Mühseligkeiten, auf der anderen Seite neue Bedürfnisse innerhalb des so begehrlichen Höchstpreismarktes dar. Innerhalb des höchstpreisigen Sektors ist und bleibt die Moderne mit 47 Prozent der umsatzstärkste Bereich.

Die Nachkriegs- und zeitgenössische Kunst mit Künstlern wie Francis Bacon, der Andy Warhol oder auch Gerhard Richter folgen mit einem Marktvolumen von 41 Prozent. Die zeitgenössische Kunst jedoch hat die größte Steigerung mit einem Transaktionsvolumen von 1.200 Prozent in den letzten 15 Jahren.

Preisindex nach Kunstperiode (1998-2015)





„Nafea faa ipoipo“ von Paul Gauguin



„Three Studies of Lucian Freud“ von Francis Bacon

Neue Businessmodelle

Parallel zum physischen und monetären Kunstmarktwachstum entwickeln sich permanent die digitalen Technologien weiter. Durch die Fähigkeit des Internets, mehrfache Ansprüche effizient miteinander zu verbinden, erfreut es sich zunehmender Akzeptanz. Neue Online- und E-Commerce-Businessmodelle entstehen und mit ihnen wandeln sich die Bedürfnisse des Kunden. Der Kunsthandel im Online-Bereich ist zum boomenden Gewinner aufgestiegen.

Online

Vor allem im Erstmarktbereich sowie im eher niedrigpreisigen Secondary Market verzeichnet die Entwicklung des Online-Kunstmarktes steile Zuwachszahlen von 68 Prozent in einem Jahr. Kunstverkäufe, die über reine Online-Handelsplätze wie artspace, artsation, artshare, artsy oder paddle8 oder auch über klassische Auktionshäuser, die nun zudem Online-Auktionen anbieten, abgewickelt werden, haben sich mit inzwischen rund 4,7 Billionen USD Umsatz schneller als erwartet entwickelt. Dies macht ca. sieben Prozent des globalen Kunstmarktvolumens aus. Zudem öffnet sich der Kunstmarkt im Allgemeinen und wird transparenter. Beispielsweise sind Privatsammler immer mehr dazu bereit, ihre einzigartigen Trophäen der Öffentlichkeit zu zeigen.

Insofern liegt es auf der Hand, dass der Online-Bereich voraussichtlich auch das hochpreisige Segment erreichen wird. Denn aufgrund der einerseits lang ersehnten Zunahme von Transparenz im Kunstmarkt wächst andererseits das Bedürfnis aufseiten versierter Sammler, ihre teuer geschätzten und besonderen Kunstwerke weiterhin diskret und geschützt anzubieten. Jedoch fordern Sammler auch die Effizienz, Reichweite und das unendliche Potenzial des Online-Business ein. Wie diese Brücke zwischen völlig offener Darbietung und Intimität geschlagen werden kann, befindet sich in der Entwicklungsphase.

Private Sale

Hochpreisige und gesuchte Kunstwerke wechseln bis dato meist über den geschlossenen Privathandel den Besitzer. Mit dem Transparenzgewinn werden auch alle Daten veröffentlicht, dies ist gerade im oberen Segment oft nicht erwünscht. Der Private Sale wächst in Volumen und Wert. Die großen Auktionshäuser machen rund ein Drittel ihres jährlichen Gewinns allein durch in sich geschlossene Privatvermittlungen. Händler oder Kunstagenten verdienen bis zu 53 Prozent über den Privathandel. Jedoch wird der Privathandel im Secondary-Bereich immer schwieriger und ist ein inzwischen heiß umkämpfter Markt.

Art Finance

In dem Getümmel neuer Konstrukte für Verkaufskanäle geht es um Geld. So bieten auch immer mehr Banken oder Agenturen inzwischen vielseitige Finanzprodukte an, um Sammlern neue individuelle Möglichkeiten der Finanzierung zu bieten. Kunsthändlern wird beispielsweise unkompliziert und schnell per Finanzausschuss in Form einer Investition unter die Arme gegriffen, damit diese, anstatt Kommissionsware anzunehmen, das Kunstwerk direkt kaufen können, um wettbewerbsfähig zu sein.

Ein Wandel durchzieht derzeit den Kunstmarkt, der unser Umdenken erfordert, aber eben nur dadurch neue spannende Möglichkeiten und Angebote schafft. Die ständige Bewegung bringt uns weiter und ist der Mehrwert unseres Lebens.

FLORENTINE ROSEMEYER

Statistische Quellen: TEFAF Art Market Report 2015, 2016, Art Economics, artprice, FAZ