

# INHALTSÜBERSICHT

Geleitwort .....	V
Vorwort .....	IX
Inhaltsverzeichnis .....	XIII
Abkürzungsverzeichnis .....	XIX
Abbildungsverzeichnis .....	XXI
Tabellenverzeichnis .....	XXIII
Teil A: Einführung .....	1
1 Problemstellung .....	3
2 Stand der Forschung .....	8
3 Zielsetzung .....	13
4 Theoretische Fundierung und Einordnung .....	14
5 Eingrenzung, Vorgehen und Aufbau der Arbeit .....	18
Teil B: Grundlagen .....	23
1 Begriffsabgrenzungen .....	25
2 Überblick über die wesentlichen Marktteilnehmer und ihre (ökonomische) Funktion .....	44
Teil C: Modellentwicklung .....	69
1 Funktion und Struktur des Modells .....	71
2 Entwicklung des ersten Modellteils: das Preisbildungsmodell .....	73
3 Entwicklung des zweiten Modellteils: das Beeinflussungsmodell .....	118
4 Gesamtmodell .....	138
5 Detaillierung des Analysevorgehens: Anwendung und Überprüfung des Modells .....	144
Teil D: Die Einflussfaktoren auf die Preisbildung .....	149
1 Einführung .....	151
2 Interdependenzen auf der Nachfrageseite .....	152
3 Einfluss weiterer Kunstmarktteilnehmer .....	157
4 Von der Angebotsseite ausgehender Einfluss .....	161
5 Zusammenfassende Übersicht der Einflussfaktoren .....	173
Teil E: Analyse auf Basis des entwickelten Ansatzes .....	177
1 Auswahl und zeitliche Abgrenzung der Fallbeispiele .....	179
2 Max Liebermann und der deutsche Impressionismus .....	186
3 K. O. Götz und das deutsche Informel .....	262
4 Salomé und die Neuen Wilden .....	306
5 Vergleichende Zusammenfassung und Interpretation .....	349

---

<b>Teil F: Abschliessende Überlegungen .....</b>	<b>367</b>
<b>1 Zusammenfassung .....</b>	<b>369</b>
<b>2 Kritische Würdigung und Ausblick .....</b>	<b>372</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>377</b>
<b>1 Interviews.....</b>	<b>379</b>
<b>2 Ausführlichere Erläuterung der wesentlichen Marktformen .....</b>	<b>457</b>
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis.....</b>	<b>471</b>

# INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis .....	XIX
Abbildungsverzeichnis .....	XXI
Tabellenverzeichnis .....	XXIII
Teil A: Einführung .....	1
1 Problemstellung .....	3
2 Stand der Forschung .....	8
3 Zielsetzung .....	13
4 Theoretische Fundierung und Einordnung .....	14
4.1 Theoretische Fundierung .....	14
4.1.1 Die neoklassische Mikroökonomie als Ausgangspunkt .....	14
4.1.2 Ergänzung um weitere Ansätze .....	16
4.2 Theoretische Einordnung .....	17
5 Eingrenzung, Vorgehen und Aufbau der Arbeit .....	18
Teil B: Grundlagen .....	23
1 Begriffsabgrenzungen .....	25
1.1 Markt .....	25
1.2 Kunst .....	26
1.2.1 Der Kunstbegriff .....	26
1.2.2 Teilbereiche der Kunst .....	28
1.2.3 Kunst als Gut und Ware .....	29
1.2.4 Der Wert der Kunst .....	32
1.3 Kunstmarkt .....	33
1.3.1 Der Kunstmarkt und seine Teilmärkte .....	33
1.3.2 Der primäre Kunstmarkt und zeitgenössische Kunst .....	35
1.4 Preis, Preismechanismus und Preisbildung .....	37
1.4.1 Der Preismechanismus .....	38
1.4.2 Die ökonomische Definition des Preises .....	38
1.4.3 Das angewandte Verständnis von Preisen im Rahmen dieser Arbeit .....	39
1.4.4 Die Preisbildung .....	43
2 Überblick über die wesentlichen Marktteilnehmer und ihre (ökonomische) Funktion .....	44
2.1 Angebotsseite .....	44

2.1.1 Künstler .....	45
2.1.2 Galerien .....	46
2.1.3 Zusammenarbeit von Künstlern und Galerien .....	52
2.2 Nachfrageseite .....	60
2.2.1 Sammler .....	60
2.2.2 Museen .....	64
2.3 Weitere Kunstmarktteilnehmer .....	67
Teil C: Modellentwicklung .....	69
1 Funktion und Struktur des Modells .....	71
2 Entwicklung des ersten Modellteils: das Preisbildungsmodell .....	73
2.1 Ausgangspunkt der Modellentwicklung: Mikroökonomie .....	73
2.1.1 Marktformen gemäß der mikroökonomischen Theorie .....	74
2.1.2 Preisbildung gemäß der mikroökonomischen Theorie .....	78
2.2 Anwendungsprobleme des mikroökonomischen Ansatzes .....	82
2.3 Primärmarkt-spezifische Erkenntnisse der Wirtschaftssoziologie .....	85
2.4 Preissetzungsregeln .....	87
2.4.1 Die Größenregel .....	87
2.4.2 Das Preissenkungsverbot .....	89
2.4.3 Die Startpreisregel .....	90
2.4.4 Das Testpreisverfahren .....	92
2.5 Zusammenführung zum ersten Modellteil .....	94
2.5.1 Entwicklung eines Primärmarkt-spezifischen Marktformenschemas .....	95
2.5.2 Zusammenführung von Primärmarkt-spezifischem Marktformen- schema und Preissetzungsregeln .....	108
2.6 Bemerkungen zum ersten Modellteil und Ableitungen .....	110
2.7 Der erste Modellteil im Vergleich zu bisherigen Untersuchungen .....	112
3 Entwicklung des zweiten Modellteils: das Beeinflussungsmodell .....	118
3.1 Anknüpfung an den ersten Modellteil und theoretischer Hintergrund .....	118
3.2 Einflussfaktorenkategorien und Einflussarten .....	121
3.3 Beeinflussung der Präferenzen über Nachfragemotive und Effekte .....	124
3.4 Konkretisierung der Wirkung auf die Nachfrage .....	129
3.5 Zusammenspiel der Einflussfaktoren .....	131
3.6 Die Rolle des Zeitgeists .....	132
3.7 Zusammenführung zum zweiten Modellteil .....	134
3.8 Der zweite Modellteil im Vergleich zu bisherigen Untersuchungen .....	135

---

4 Gesamtmodell .....	138
4.1 Zusammenführung des ersten und zweiten Modellteils.....	138
4.2 Die Manipulationsvorwürfe .....	140
4.2.1 Der Manipulationsvorwurf I: Monopolschaffung .....	140
4.2.2 Der Manipulationsvorwurf II: Preismanipulation .....	142
5 Detaillierung des Analysevorgehens: Anwendung und Überprüfung des Modells .....	144
5.1 Untersuchung der Preisbildung .....	144
5.2 Untersuchung der Beeinflussung .....	145
Teil D: Die Einflussfaktoren auf die Preisbildung.....	149
1 Einführung .....	151
2 Interdependenzen auf der Nachfrageseite.....	152
2.1 Von Sammlern ausgehender Einfluss .....	152
2.2 Von Museen ausgehender Einfluss .....	154
3 Einfluss weiterer Kunstmarktteilnehmer .....	157
3.1 Von Kunstexperten ausgehender Einfluss.....	157
3.2 Von Kunstvereinen ausgehender Einfluss.....	159
3.3 Von Kunstakademien ausgehender Einfluss .....	159
4 Von der Angebotsseite ausgehender Einfluss.....	161
4.1 Von Künstlern ausgehender Einfluss .....	161
4.2 Von Galeristen ausgehender Einfluss .....	165
5 Zusammenfassende Übersicht der Einflussfaktoren.....	173
Teil E: Analyse auf Basis des entwickelten Ansatzes.....	177
1 Auswahl und zeitliche Abgrenzung der Fallbeispiele .....	179
2 Max Liebermann und der deutsche Impressionismus .....	186
2.1 Einführung.....	186
2.1.1 Der Kunstmarkt-geschichtliche Kontext .....	186
2.1.2 Vorgehensweise .....	196
2.2 Analyse der Preisbildung.....	197
2.2.1 Bestimmung der Marktformen.....	197
2.2.2 Ableitung der Preisbildungshypothesen .....	220
2.2.3 Überprüfung der Preisbildung .....	220
2.3 Analyse der Beeinflussung.....	225
2.3.1 Identifikation der vorhandenen Einflussfaktoren .....	226
2.3.2 Analyse der Wirkung der Einflussfaktoren .....	238
2.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen .....	259

3 K. O. Götz und das deutsche Informel .....	262
3.1 Einführung.....	262
3.1.1 Der Kunstmarkt-geschichtliche Kontext .....	262
3.1.2 Vorgehensweise .....	269
Exkurs: Die documenta .....	270
Hintergrund .....	271
Von der documenta ausgehender Einfluss.....	273
Wirkung der documenta – generelle Betrachtung .....	274
Instrumentalisierung der documenta.....	276
3.2 Analyse der Preisbildung.....	277
3.2.1 Bestimmung der Marktformen.....	277
3.2.2 Ableitung der Preisbildungshypothesen .....	285
3.2.3 Überprüfung der Preisbildung .....	285
3.3 Analyse der Beeinflussung.....	287
3.3.1 Identifikation der vorhandenen Einflussfaktoren .....	287
3.3.2 Analyse der Wirkung der Einflussfaktoren .....	297
3.4 Zusammenführung und Interpretation der Ergebnisse.....	303
4 Salomé und die Neuen Wilden .....	306
4.1 Einführung.....	306
4.1.1 Der Kunstmarkt-geschichtliche Kontext .....	306
4.1.2 Vorgehensweise .....	312
Exkurs: Freie Kuratoren .....	313
Hintergrund .....	313
Von freien Kuratoren ausgehender Einfluss.....	313
Instrumentalisierung freier Kuratoren .....	314
4.2 Analyse der Preisbildung.....	314
4.2.1 Bestimmung der Marktformen.....	314
4.2.2 Ableitung der Preisbildungshypothesen .....	323
4.2.3 Überprüfung der Preisbildung .....	324
4.3 Analyse der Beeinflussung.....	328
4.3.1 Identifikation der vorhandenen Einflussfaktoren .....	328
4.3.2 Analyse der Wirkung der Einflussfaktoren .....	337
4.4 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen .....	345
5 Vergleichende Zusammenfassung und Interpretation .....	349
5.1 Vergleichende Zusammenfassung.....	349
5.2 Interpretation .....	352

---

5.2.1 Preisbildung .....	352
5.2.2 Beeinflussung.....	359
Teil F: Abschliessende Überlegungen .....	367
1 Zusammenfassung .....	369
2 Kritische Würdigung und Ausblick .....	372
Anhang .....	377
1 Interviews.....	379
1.1 Interview mit K. O. Götz und Rissa .....	379
1.2 Interview mit Rudolf Zwirner .....	389
1.3 Interview mit Ingrid Raab .....	413
1.4 Kurzinterview mit Bruno Bischofberger.....	441
1.5 Interview mit Christos M. Joachimides.....	443
2 Ausführlichere Erläuterung der wesentlichen Marktformen.....	457
2.1 Beiderseitige Mengenanpassung .....	457
2.2 Reines Monopol .....	458
2.3 Reines Polypol.....	459
2.4 Reines Oligopol .....	462
2.5 Reines Monopson .....	465
2.6 Reines Polyopson .....	467
2.7 Reines Oligopson .....	468
2.8 Beiderseitiges Monopol.....	468