

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

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

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