



Institut
für
Kultur
und
Medienmanagement



An: **Kultur Netz**
Per Fax: **030-8212955**

PRESSE-INFORMATION

Kunstmarktstudie Berlin 2004

Der Berliner Kunstmarkt hat Potential: Optimismus in der Szene

Im Rahmen des Kunstherbst Berlin 04 hat das Institut für Kultur- und Medienmanagement der Freien Universität Berlin gestern die erste umfassende Studie zum Kunstmarkt Berlin präsentiert.

Mit der Befragung von 300 Galerien, den Berliner Auktionshäusern, der Messe Art Forum Berlin sowie privaten Sammlern sind erstmals differenzierte Aussagen über Marktpotentiale und Käuferverhalten, Standortqualität und Wirtschaftschancen am Kunststandort Berlin möglich.

Fazit des Institutsleiters und Verantwortlichen, Professor Dr. Klaus Siebenhaar: „Der Kunstmarkt Berlin hat eine große Zukunft: als Produzentenmarkt, als Ort der Inspiration und Kreativität sowieso, aber vor allem auch als entwicklungsfähiger Käufermarkt, der alles bietet, was junge wie etablierte Sammler lieben – herausragende neue Kunst, eine stimulierende Atmosphäre und eine inspirierende Stadtkultur.“

Berlin – die Kunststadt mit den drei „E“:

_ Als Entwicklungsmarkt: Berlin ist von der Zahl der hier lebenden Künstler und der Galerien her *die* deutsche Kunstmetropole mit internationaler Strahlkraft. Die Stadt verfügt in Europa wie in den USA über ein hervorragendes Image als Produktions- und Produzentenmarkt. Zudem verstehen sich die Berliner Galeristen als risikobewusste und risikobereite Künstlerentwickler.

_ Als Entdeckermarkt: Anders als an anderen deutschen oder europäischen Standorten suchen Käufer in Berlin gezielt nach neuen Strömungen und Positionen. Das heißt, junge Kunst verkauft sich in Berlin besonders gut.

_ Als Einsteigermarkt: Mit einem Käuferanteil von 66% in der Altersgruppe der 36-45jährigen sowie 22% unter 35 Jahren stellt sich Berlin im Bereich der Galerien als Einsteigermarkt für junge Nachwuchskäufer dar. Hier gilt es, die Chance zu nutzen, Kunstinteressierte frühzeitig zu binden und ein Potential an Nachwuchssammlern zu bilden.

Der Kunstmarkt als Wirtschaftsfaktor

Das Umsatzvolumen des Berliner Kunstmarktes – Galerien, Auktionshäuser, Art Forum – beträgt rund 110 Mio. Euro.

Davon erwirtschaften rund 56 Mio. Euro die Galerien, rund 40 Mio. Euro die Auktionshäuser, zwischen 10 und 15 Mio. Euro entfallen auf das Art Forum sowie Art Consultants und Kunsthändler.

Widerlegt hat die Studie die gern kolportierte Behauptung, in Berlin seien keine Geschäfte mit zeitgenössischer Kunst zu machen. Mit 23,6 Mio. Euro Anteil am Gesamtumsatz repräsentieren die regionalen Käufer den wichtigsten Einnahmefaktor für die Berliner Galerien. Zum Vergleich: Ihr Anteil am Gesamtumsatz ist damit höher als der Regionalkäufer der Kölner Galerien.

Die Institutionen des Kunstmarktes Berlin sind vorwiegend klein- und mittelständisch organisiert. Fast 40% der Galerien generierten einen Jahresumsatz unter 50.000 Euro, lediglich 15% erzielten einem Jahresumsatz von mehr als 400.000 Euro.

In einem Punkt sind sich die Kunstmarktakteure einig: Berlin wird in den kommenden Jahren wieder verstärkt Wohnort einer kaufkräftigen und kunstinteressierten Klientel werden. Das Potential des Regionalmarktes ist noch nicht ansatzweise ausgeschöpft, es ist ausbaufähig u.a. durch eine verstärkte Vernetzung innerhalb der Stadt in Richtung Kulturtourismus und „Kunstshopping“.

Die vollständige Studie ist gegen eine Schutzgebühr von 12,00 Euro erhältlich. Bestellungen richten Sie bitte an: kunstherbst@berlin-partner.de

Pressekontakt: Dagmar Boeck, Institut für Kultur- und Medienmanagement der FU Berlin, Tel. 0178/2091222 bzw. b+s-verlag@berlin.de.