

Simone Anna Blumenthal

**Der Kunstmarkt im Digitalen  
Zeitalter**

Chancen und Perspektiven

Graphentis Verlag

# Inhaltverzeichnis

1	Einleitung	7
2	Der Kunstmarkt, eine Analyse	11
2.1	Die Mikroökonomie des Kunstmarktes	11
2.1.1	Der Primärmarkt	11
2.2	Historie und Entwicklung des Kunstmarktes	12
3	Das Auktionswesen	17
3.1	Die traditionellen Auktionshäuser: Sotheby's und Christie's	17
3.2	Auctionata, das Online-Auktionshaus	19
3.3	Veränderung durch Digitalität im Auktionswesen	21
3.3.1	Kundenakquise und -bindung	22
3.3.2	Überwindung räumlicher Distanz. Ein Problem des Vertrauens	24
3.3.3	Garantie	24
3.3.4	Transparenz	26
3.3.5	Objektpräsentation und Versteigerung	27
3.4	Vor- und Nachteile durch digitalisierten Kunsthandel im Auktionswesen	31
4	Kunstmessen	35
4.1	Eine traditionelle Messe: Art Basel	35
4.1.1	Die Entwicklung moderner Messen	35
4.1.2	Zulassung/ Teilnahmebedingungen	37
4.1.3	Praxis	39
4.1.4	Messe-übergreifendes-Konzept	40
4.1.1	Digitaler Einfluss	42
4.2	Die Digital-Messe: VIP Art Fair	44
4.3	Vor- und Nachteile digitaler Kunstmessen	47
5	Am Kunstmarkt partizipierende Online-Dienste	53
5.1	Artflash.de	53
5.2	Artnet.de	56
6	Fazit und Ausblick	59
	Literatur und Quellen	63
	Index	71