

Traumberuf Kunsthändler?

Über Chancen und Herausforderungen eines Metiers im Umbruch

Wirtschaftlich betrachtet umfasst die Tätigkeit des Kunsthändlers den An- und Verkauf sowie die Vermittlung von Kunstgegenständen. Was unterscheidet Ihre Profession von anderen kaufmännischen Berufen?

Kunkel: Zunächst die Tatsache, dass Kunstwerke kaum mit anderen Handelsgütern zu vergleichen sind. In vielerlei Hinsicht folgt der Kunstmarkt eigenen Regeln und unterscheidet sich dadurch grundlegend von anderen Wirtschaftszweigen. Der Kunsthändler muss mehr als das übliche kaufmännische 1 × 1 beherrschen, um erfolgreich zu sein.

Wie wird man überhaupt Kunsthändler?

Kunkel: Viele Kunsthändler entstammen bereits Kunsthändlerfamilien oder sind während der Ausbildung bzw. des Studiums durch Praktika mit dem Kunstmarkt in Berührung gekommen. Daneben gibt es Quereinsteiger, die vorher in ganz anderen Bereichen tätig waren. Nicht selten machen auch Sammler ihre Passion zum Beruf und werden Kunsthändler.

Und wie kamen Sie zum Kunsthandel?

Kunkel: Ich hatte das Glück, in einer kunstsinnigen Familie aufzuwachsen und wurde bereits als Kind von meinen Eltern auf Kunstmessen und -auktionen mitgenommen. Mit 16 Jahren habe ich dann mein erstes Kunstwerk erworben. Es handelte sich um eine Zeichnung, die ich mir dank eines Taschengeldvorschusses leisten konnte. Dieser Kauf blieb kein Einzelfall, doch waren weitere Erwerbungen nur durch den Verkauf anderer Zeichnungen möglich. So habe ich früh gelernt, auf die Wiederverkäuflichkeit und den Marktwert eines Werkes zu achten. Im Prinzip sind das einige der wichtigsten Grundregeln des Kunsthandels.

Was macht den Beruf des Kunsthändlers zum Traumberuf?

Kunkel: Die Außenwahrnehmung vieler Menschen ist, dass der Kunsthändler ständig mit schönen bzw. kulturell wertvollen Dingen umgeht. Tatsächlich kommt man auf Messen und Auktionen sowie in Galerien und Privatsammlungen häufig mit außergewöhnlichen Objekten in Berührung. Dann stellen sich Fragen wie: Stimmt die kunsthistorische Einordnung? Gibt

es eine Provenienz? Ist der geforderte Preis adäquat? Entdeckerfreude, Fachkenntnisse und Markteinschätzung gehen Hand in Hand. Eine bereichernde Seite ist auch der Austausch mit Kunsthistorikern, Museumskuratoren und Restauratoren. Hier kann man gerade als Jüngerer viel von älteren Kollegen lernen. Und natürlich zählt der Umgang mit interessanten Sammlern und Kunden zu den schönen Seiten des Berufs.

Sie sind mit 39 Jahren ein verhältnismäßig junger Kunsthändler. Wie stellt sich die Nachwuchssituation im Kunsthandel dar?

Kunkel: In den letzten Jahrzehnten hat sich der Kunstmarkt grundlegend gewandelt. Während die Zahl der Kunsthändler kontinuierlich zurückgegangen ist, gibt es derzeit so viele Kunstauktionshäuser wie nie zuvor. Deren Geschäftsmodell besteht darin, Werke auf Kommissionsbasis anzubieten. Wird ein Objekt verkauft, nimmt das Auktionshaus sowohl vom Käufer als auch vom Verkäufer eine Provision, verdient also an beiden Seiten. Bei Nichtverkauf erhält der ursprüngliche Eigentümer sein Werk zurück. Der Kunsthändler dagegen kauft die von ihm angebotenen Werke oft an und geht damit ein ungleich höheres kaufmännisches Risiko ein. Erschwerend kommt hinzu, dass Banken Kunsthändlern in der Regel keine Kredite geben, da sie das Geschäftsmodell und die damit verbundenen Risiken schwer einschätzen können. In Zeiten eines allgemeinen Geschmackswandels, in denen Auf- und Abwärtstrends immer schneller aufeinanderfolgen, scheuen gerade junge Menschen den Weg in den Kunsthandel. Allerdings sind diejenigen, die sich als Kunsthändler selbstständig machen, meist hoch motiviert, verfügen über erstaunliche Fachkenntnisse und haben ein ausgeprägtes Arbeitsethos.

Stichwort allgemeiner Geschmackswandel. In letzter Zeit liest man immer häufiger von Rekordpreisen, die mit Kunst erzielt werden. Welche Sammelgebiete profitieren besonders von der Hausse am Kunstmarkt und welche nicht?

Kunkel: Die Klassische Moderne sowie die zeitgenössische Kunst haben am Kunstmarkt in den letzten Jahren gegenüber anderen Sammelgebieten deutlich an Bedeutung gewonnen. Hier werden – Ausnahmen wie das bislang teuerste Kunstwerk

aller Zeiten, das 2018 für 450 Millionen Dollar verkaufte Gemälde Salvator Mundi von Leonardo da Vinci, bestätigen die Regel – die höchsten Preise erzielt. Bei anderen Sammelgebieten stellt sich die Situation differenzierter dar. Während beispielsweise die Nachfrage für Gemälde Alter Meister und des 19. Jahrhunderts bis in die 1990er Jahre stark war, erzielen heute nur noch ausgewählte Werke hohe Preise. Dafür sind diese Sammelgebiete, nicht zuletzt dank des Internets, sehr international geworden. Auch für andere Marktsegmente gilt: Spitzenqualität erzielt Spitzenpreise, der mittlere und untere Bereich spielt dagegen eine immer geringere Rolle.

Die beschriebene Entwicklung deutet auf ein Auseinanderdriften des Marktes hin. Bleiben wir bei den Käufern, die bereit sind, hohe Preise für Kunst zu zahlen. Wie erreicht der Kunsthändler diese Klientel?

Kunkel: Man muss sich immer vor Augen halten, dass Kunsthändler mit Werken handeln, die der Kategorie Luxusprodukt zuzuordnen sind. Die Kunden kaufen vor allem aus der Freude am Objekt. Ab einer gewissen Preisklasse kommt der Gedanke an Investition sowie Prestige hinzu. Gerade im hochpreisigen Segment begegnet man einer sehr anspruchsvollen Klientel, die sowohl in Versuchung geführt als auch inhaltlich überzeugt werden will. Mit den großen Auktionshäusern als Konkurrenz muss der Kunsthändler nicht nur ein attraktives Angebot bereithalten, sondern einen Service bieten, der weit über üblichen Standards liegt.

Können Sie das etwas konkretisieren?

Kunkel: Ich meine eine individuelle und langfristige Kundenbetreuung. Kennt der Kunsthändler die Sammlung des Kunden, kann er ihm maßgeschneiderte Angebote machen. Wird der Kunsthändler von einem Museum um die Vermittlung eines von ihm verkauften Werkes als Leihgabe für eine Ausstellung gebeten, kann er den Kontakt zum Käufer herstellen. Der Kunsthändler kann auch Sammler untereinander bekannt machen und so als Netzwerker agieren. Es gibt viele Formen der Kundenbetreuung. Wichtig ist, dass der Kunsthändler ein vertrauensvolles Verhältnis zum Kunden aufbaut und Diskretion garantiert. Daraus erwachsen die besten Geschäftsbeziehungen.

Bislang haben wir über Marktsituationen im Kunsthandel gesprochen. Wie tritt nun der einzelne Kunsthändler nach außen in Erscheinung und mit welchen Marketingstrategien macht er auf sich aufmerksam?

Kunkel: Kunsthändler mit einem Ladengeschäft veranstalten meist Sonderausstellungen, in denen sie die Werke eines Künstlers oder einer Künstlergruppe zeigen. Je hochkarätiger die Exponate und je anspruchsvoller der kuratorische Ansatz, desto wahrscheinlicher ist eine positive Resonanz seitens der Kunden. Art Talks, in denen sich Experten vor geladenen Gästen über ein bestimmtes Thema unterhalten, schaffen zusätzliche Anreize zum Besuch einer Ausstellung. Durch Kooperationen mit anderen Kunsthändlern, etwa in Form von Gemeinschaftsausstellungen, lassen sich die thematische Bandbreite und damit der potentielle Kundenkreis ebenfalls erweitern. Zudem können ein ansprechender Internetauftritt und die Nutzung von Social Media neue Kundenkreise erschließen. Der heutzutage aber für die meisten Kunsthändler wichtigste Faktor ist die Teilnahme an den immer zahlreicher werdenden Kunstmessen, die eine breite Schicht von Interessenten und Käufern anziehen. Um es zusammenzufassen: Der Kunsthändler muss durch eine Vielzahl von aufeinander abgestimmten Aktivitäten seinen Kunden immer wieder Anlass geben, mit ihm ins Gespräch und dadurch ins Geschäft kommen zu wollen.

Zum Abschluss noch eine persönliche Frage: Können Sie uns ein besonders berührendes Erlebnis in Ihrer bisherigen Laufbahn als Kunsthändler schildern?

Kunkel: Da ich selber als Schüler meine Liebe zum Sammeln entdeckt habe, freut es mich besonders, wenn es mir gelingt, bei jüngeren Menschen diese Passion zu wecken. Mein jüngster Kunde (Mitte 20) hat im letzten Jahr von seinem selbstverdienten Geld sein erstes Kunstwerk erworben. Das Leuchten in seinen Augen, als wir das Gemälde bei ihm aufgehängt haben, erinnerte mich an die unbeschreibliche Freude, die ich bei meinem ersten Kunstkauf empfunden habe. Diese Erlebnisse bleiben im Gedächtnis.

Hinweis zum Autor:

Dr. Alexander Kunkel, Jahrgang 1979, gründete nach dem Studium der Kunstgeschichte, Geschichte und Literatur und Stationen bei Christie's in London und dem Kunsthistorischen Museum in Wien 2012 den Kunsthandel Kunkel Fine Art in München. Seit 2016 ist er Geschäftsführer von HIGHLIGHTS – Internationale Kunstmesse München und in diesem Jahr folgt er einem Lehrauftrag an der LMU München zum Thema „Kunsthandel in München“.

