

Inhalt

Einleitung	7
1 Die Antike	
Die Anfänge des internationalen Kunstmarktes	11
2 Europa vom Mittelalter bis zur Renaissance	
Der erste professionelle Kunsthändler und der Proto-Kapitalismus	15
2.1 Das Mittelalter: Die Kunst der Kirche und des Adels	15
2.2 Die Renaissance	18
3 Das 17. Jahrhundert	
Kunstlotterien, Massenproduktion und der erste Künstler als Selbstvermarkter	27
3.1 Das Goldene Zeitalter in den Niederlanden	27
3.2 Das übrige Europa: Anfänge eines internationalen Kunsthandels	37
4 Das 18. Jahrhundert	
Die Entwicklung des modernen Kunstmarktes	39
4.1 Einführung	39
4.2 England im 18. Jahrhundert: Sotheby's, Christie's und der erste Art Consultant	41
4.3 Frankreich im 18. Jahrhundert: Das erste Power Couple der Kunstwelt	45
4.4 Vielstaaterei und Aufklärung im Deutschland des 18. Jahrhunderts	50
5 Das 19. Jahrhundert	
Das Jahrhundert des Bürgertums und der Museen	57
5.1 Einführung	57
5.2 London im 19. Jahrhundert: Die ersten Mega-Galeristen und ihre »sensation pictures«	60
5.3 Paris im 19. Jahrhundert: Paul Durand-Ruel, der Vater der Impressionisten	68
5.4 Berlin im 19. Jahrhundert: Louis Sachse, Eduard Arnhold und James Simon	74

5.5	New York im 19. Jahrhundert: Die Robber Barons des Gilded Age als Gründer der amerikanischen Kunstszenе.....	83
6	Die erste Hälfte des 20. Jahrhunderts	
	Die Avantgarde und zwei Weltkriege	89
6.1	Einleitung	89
6.2	New York bis 1945: Der Einfluss der Frauen und die Armory Show 1913	90
6.3	London bis 1945: Joseph Duveen – der wichtigste Kunsthändler aller Zeiten	98
6.4	Paris bis 1945: Picassos Händler – Vollard, Wildenstein, Rosenberg und Kahnweiler ...	105
6.5	Berlin bis 1933: Flechtheim und Cassirer, von Bode und Liebermann	116
6.6	Der deutsche Kunstmarkt in der Diktatur: Die NS-Zeit.....	123
7	Die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts	
	Kunst als global vermarktetes Produkt	131
7.1	Einleitung	131
7.2	New York nach 1945: Von Guggenheim über Janis und Castelli zu Gagosian	132
7.3	Neue Wege im London der Nachkriegszeit: Von Lloyd über Wilson zu d'Offay	142
7.4	Der Aufschwung des Rheinlands: Stünke, Schmela, Zwirner und die Ludwigs	154
7.5	Die DDR – sozialistische Kunst und staatliche Devisenbeschaffung	168
8	Das 21. Jahrhundert	
	Spezialisierung und Digitalisierung der Märkte	173
8.1	Einleitung	173
8.2	Kunst als Anlageobjekt.....	175
8.3	Galeristen als Art Consultants und Künstler als Marken.....	178
8.4	Der Boom der Gegenwartskunst und des Kunsttourismus	181
8.5	Die Macht der Auktionshäuser.....	187
8.6	Neue Gesetze und Vorschriften: Das Ende des Booms?	193
8.7	Digitale Innovationen in der Zeit der Pandemie	197
9	Ausblick	209
10	Anhang	211
10.1	Literaturverzeichnis	211
10.2	Abbildungsverzeichnis	235
	Anmerkungen	237