

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 Kunstszene	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: Flechthelm 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